

الكتاب العربي السعودي



الدكتور محمود محمد سفر

الإعلام موقف

الطبعة الأولى
١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م



الكتاب العربي السعودي ٦٣

الدكتور محمود محمد سفر

الإعلام موقف

الطبعة الأولى
١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م
جدة - المملكة العربية السعودية

بسم الله الرحمن الرحيم

الناشـــر

تهامـــة

جدة - المملكة العربية السعودية

ص.ب : ٥٤٥٥ - هاتف : ٦٤٤٤٤٤٤

الإعلام موقف

****



فهرس

الموضوع .... الصفحة



الإهداء

إلى شرفاء الكلمة .. ونزهاء القول .. وأمناء السمع الذين يؤمنون بالحق وبه لايمترون .. والذين يصدقون القول ولايفترون .. والذين إذا أؤتمنوا على السمع لايخونون ..

إليهم جميعًا .. أهدي هذا الكتاب ..

وأردد معهم .. قوله تعالى :

﴿ وَقُل لِّعِبَادِي يَقُولُواْ ٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ ٱلشَّيۡطَٰنَ يَنزَغُ بَيۡنَهُمۡۚ إِنَّ ٱلشَّيۡطَٰنَ كَانَ لِلۡإِنسَٰنِ عَدُوّٗا مُّبِينٗا ﴾ .

صدق الله العظيم

المؤلف



مقـــدمة

يلعب الإعلام دوراً هاماً فى حياة الأمم والشعوب ولا تكاد تخلو أمة من أمم الأرض أو شعب من شعوبها من تأثيره سلبا أو إيجابا وإن اختلفت سبل وطرق هذا التأثير .

والأمة العربية والإسلامية ليست استثناء من هذه القاعدة ، فالانفتاح العالمى والتقدم الهائل فى وسائل الاتصال جعل العالم أجمع بشتى أقطاره القريبة والبعيدة يبدو وكأنه قرية صغيرة يعرف أهلها أخبارها أولاً بأول وتتناقلها الألسنة وتسمعها الآذان وتبصرها العيون .

ويظل الإعلام المعاصر بتقنياته المتطورة ووسائله المختلفة رمزاً من رموز التحضر ومعلماً من معالم التقدم بين الأمم ، فبه تستطيع الأمة ـ أى أمة ـ أن تضاهى بمبادئها وقيمها ومنجزاتها ، وعن طريقه تفتح الأمة نوافذ المعرفة وسبل الاتصال ووسائل التعارف بينها وبين شعوب الأرض .

ولأن الإعلام بمضامينه ومفاهيمه ونظرياته ووسائله علم وصناعة وفن ، ولأن أمتنا العربية والإسلامية استطاعت أن تواكب الإعلام المعاصر بشتى وسائله وتقنياته اقتناء وتسخيرا إذ قلما توجد دولة من دول العالم العربى والإسلامى إلا وتجد بها أكثر من صحيفة ومجلة وأكثر من محطة إذاعة وتليفزيون ، فإن كل ذلك يفرض على أمتنا أن تحدد أولوية ما يبثه إعلامها من خلال منهج سليم وخطة واعية ذات أبعاد كبيرة وأهداف واسعة تعبر عن ضمير الأمة وطموحاتها .

وهذا الكتاب بما يحمل بين طياته هو ترجمة لمشاعر جالت بخاطرى وتعبير عن خواطر غمرتني كمواطن عربى مسلم تجاه الإعلام بشتى صوره وأساليبه ووسائله ومحتوياته سجلتها على فترات زمنية مختلفة ... مشاعر وخواطر ارتبطت بفكرى الخاص ومعاناتى الذاتية مع واقع الإعلام العربى خاصة والعالمى على وجه العموم ، عشت جزءاً منها خلال فترة الغربة عن الوطن من أجل العلم عندما كنت ، وما زلت كغيرى من الشباب العربى المسلم أتفطر ألماً وأعتصر حسرة من تأثير الهجمات الإعلامية الشرسة التى توجهها وسائل الإعلام الغربى إلى الإنسان العربى المسلم وإلى عقيدته وتراثه وقد ساعدها على ذلك وشجعها عليه تلك الممارسات الخاطئة والتصرفات العشوائية من بعض أجهزة الإعلام العربى ، والواقع المؤلم الذى تعيشه الأمة العربية سواء ما ينبع من ذاتها أو ما تفرضه عليها الظروف المحلية أو الدولية من مشكلات وصراعات ما فتئ إعلامها يعبّر عنها صباح مساء ، فانغمس بعضه فى خلافات مذهبية وتشنجات إقليمية ، وتلطخ بوحل التفرقة والنزاع ، فصرفه ذلك كله عن النهوض بمسؤولياته ومتابعة قضايا أمته ورصد الهجمات الشرسة على إنسانه والدفاع عن عقيدته وقيمه ومبادئه فى الوقت الذى ظل إعلام العدو مسخراً لخدمة مبادئه والترويج لسياسته فى شتى بقاع العالم بكل ما فى تلك المبادئ والسياسة من خداع وتسلط واستعلاء وتضليل .

أنا لا أدعى أن كل المشاعر والخواطر التى احتواها هذا الكتاب ، والتى تفضلت « جريدة الشرق الأوسط » الغراء مشكورة بنشر جزء منها ، صحيحة . ولكنى أستطيع أن أجزم أنها تعبير صادق عما يعتلج فى نفوس الكثيرين من المخلصين من أبناء الأمة العربية والإسلامية وأستطيع أن أتطلع ، بطموح وأمل ، إلى أن القارئ لها سوف يجدها تعبّر عن تصوراته عن واقع الإعلام العربى وتصور تطلعاته نحو مستقبل أفضل له .

فان وجدت خواطرى ذلك فى نفس القارئ الكريم فهو من توفيق الله وسداده ، وإن كانت الأخرى فانى أرجو أن يحسب الله لى أجراً على جهد رجوت منه خدمة عقيدتى وأمتى .

على أنى سأظل أعتقد أن المحنة التى يمر بها الإعلام العربى المعاصر هى بالدرجة الأولى محنة أخلاق وقيم . ولا أعنى بذلك نقصاً فى رصيد القيم عند الأمة ولا نضوباً فى معين الأخلاق عند رجالها ، ولكنها محنة عدم الممارسة الصحيحة لأخلاقيات الإسلام

والتطبيق السليم لمثله ومبادئه إذ كيف يستطيع المرء أن يفسر « الصراعات » الإعلامية بصورها المختلفة ، ما كان منها على شكل حملات صحفية ، أو هجمات إذاعية ، أو أخبار ملفقة موبوءة يوجهها بلد عربى إلى بلد عربى آخر ليرد ذلك البلد الصاع صاعين ؟.

... لو لم تكن المحنة أخلاقية لما وصل الحال فى إعلامنا العربى إلى هذا المستوى من المهاترات والاهتراء والبلبلة وإضاعة الوقت ، ولما أهدرت الطاقات النشطة وانكفأت المبادرات الخيرة وتعثرت جهود الإصلاح الصادقة .

... لو لم تكن المحنة أخلاقية لما سقط بعض رجال الإعلام وحملة القلم والمشرفين عليه فى بئر الرغبات والنزعات ورضوا لأنفسهم أن يكونوا جسر تفرقة ولأقلامهم أن تكون وسائل تمزيق وارتضت ضمائرهم السير فى ركاب الاستهواء وموكب الاستعلاء .. استهواء الأمة إلى الفتنة وتشتيت الصفوف والاستعلاء على رغباتها فى المحافظة على عقيدتها والالتزام بقيمها قولا وعملا .

لا يستطيع هذا الكتاب أن يسجل ما يملأ الأجواء من صراخ إعلامى متشنج وما يسود الصفحات البيضاء من نفاق وتضليل ، وليس هذا ما يبتغيه ولكنها محاولة صادقة يهدف بها هذا الكتاب إلى فتح نافذة صغيرة من الفكر فى مجال الإعلام قد يجد فيه المختصون فى مجالات الإعلام والمسؤولون عنه فى العالم العربى ما يفيد كى تتكاتف جهود الإصلاح وتتوحد مبادرات الخير وتخلص نيات العمل الصادق لوضع الإعلام العربى فى إطاره الصحيح لتوجه طاقاته لخدمة القضايا المصيرية لأمتنا العربية والإسلامية بعيداً عن الغوغائية والأنانية والارتجال .

والله كفيل ببزوغ فجر الخير وإشراق شمس الحق لإعلامنا العربى ليقول للناس حسناً .

وعلى الله قصد السبيل .

الرياض : ربيع أول ١٤٠٢ هـ
يناير ١٩٨٢ م

المؤلف

تطور الاعلام في سطور

خلق الله الإنسان السّوى ليكون اجتماعيا بطبعه .. ينفر من العزلة ولا يطيقها ويألف الآخرين ويحن إليهم .. يأخذ ويعطى وينفعل ويتفاعل سلبا وإيجابا . ولا يختار الإنسان السّوى العزلة عادة بمحض اختياره وإنما تفرض عليه فرضا .

وقد تجئ العزلة لغير الأسوياء من داخل النفس فيتقوقع الفرد منهم على نفسه وتتميز نظرته بالسوداوية والتشاؤم ، ويميل للهروب من الآخرين وتصبح العزلة هنا حالة مرضية تقتضى علاجاً لأنها تخالف الطبيعة المستقيمة للبشر . كما قد يخرج البعض على تقاليد وقوانين المجتمع أو يشذ عنها وعندئذ يلزم عزله عن المجتمع بالسجن أو النفى أو غير ذلك من أساليب الإبعاد بغرض حجبه عن الآخرين ومنع اتصاله بهم ، وهو فى هذا يخضع لعملية تقويم وترويض ترده إلى المسار الطبيعى لإنسانيته .

والعزلة فى أى الأحوال عقوبة لا يطيقها البشر لأن الله عز وجل خلق الإنسان متزاوجاً ومتناسلاً فمكونا لأسرة ومجتمع بشكل أو بآخر ، وخلق الناس شعوباً وقبائل لتتعارف ويتصل بعضها ببعض لعمارة الأرض التى استخلفهم الله فيها .

والاتصال لازم للبشر لزوم الهواء والطعام لإشباع حاجاتهم الاجتماعية ورغباتهم النفسية وتطلعاتهم فى المعرفة . وقد أخذ الاتصال أشكالاً متعددة منذ بدء الخليقة ، حتى شهد خلال العقود القليلة الماضية من الزمن تطوراً هائلاً فى فنونه ووسائله وأساليبه .

ولقد بدأ الاتصال بين البشر حتى قبل أن يكون للإنسان لغة يستطيع التخاطب بها فكانت الإشارة أو إشعال النار أو النداء بأصوات معينة أو دق الطبول من الوسائل التى استخدمها الإنسان الأول للتعبير والتخاطب والمفاهمة ، حتى إذا ما تطورت المفاهيم والأعراف ، أصبحت الكلمات هى الوسيلة الفعالة التى يعبر بها الإنسان عما يريد .

ورغم قدم تلك الوسائل فقد ظل استخدامها قائماً فى بعض المجتمعات المختلفة وما زالت بعض جيوش العالم تمارس الصيحات ودق الطبول كوسائل اتصال .

وبمعرفة الإنسان للكتابة غدت الرسائل وسيلة هامة للاتصال وقد لجأ فراعنة مصر إلى كتابة مراسيمهم وأخبارهم على ورق البردى يرسلونها إلى عمالهم فى مختلف الأنحاء بصورة فعالة ، ويبدو أنهم لم يكونوا مسبوقين بأحد من قبل مما جعل بعض المؤرخين يعتقد أنهم كانوا أول من استخدم النشر كوسيلة من وسائل الإعلام حيث نقشوا أخبار الانتصارات والمعارك على جدران المعابد والمسلات القديمة ليقرأها الشعب ولتصبح تاريخاً يقرؤه الأبناء من بعدهم ، وفعل الآشوريون والبابليون وأهل الحضارات القديمة الشئ نفسه .

وبرزت الإذاعة كوسيلة هامة من الوسائل الإعلامية منذ القدم ، ولو أنها لم تأخذ الشكل التقنى الراقى الذى نعرفه اليوم ، فقد كان هناك أعوان مهمتهم إذاعة الأخبار وكانت وسيلتهم فى ذلك التنقل من حى إلى آخر داخل البلد الواحد ، وكان واحدهم يسمى « المنادى » كما كان هناك آخرون ينتقلون من بلد إلى آخر لنفس الغرض ولعل حادثة معركة « المارثون » الشهيرة تؤكد ذلك حيث جرى أحد المشتركين فيها مسافة تزيد عن اثنين وثلاثين كيلو مترا ليبلغ قومه انتصارهم فى المعركة ثم يخر صريعا من شدة الإعياء بعد ذلك .

ثم أصبح الشعر وسيلة اتصال مباشر بين المجتمعات القديمة وقد أثبت التاريخ أن القصيدة الشعرية لم تلق منزلة رفيعة كما لقيتها فى الجزيرة العربية ، فقد كانت وسيلة فعالة للإعلام والدعاية لم تستطع الخطابة أن تدانيها فى المنزلة بين العرب الذين كانوا يختارون أجود القصائد ويعلقونها على أسوار الكعبة فعرفت المعلقات ، ويعد ذلك مفخرة لقائلها .

واشتمل الشعر العربى القديم على ملاحم فى الفخر والهجاء والمدح والغزل وأخبار المعارك والرثاء مما جعله سجلاً حافلاً لا يكتب تاريخ العرب دون الرجوع إليه .

وكانت القبائل العربية تحتفل بمولد الشاعر ، إذا ظهرت موهبته ، وتعتبره أحد أسلحتها المتقدمة تفخر به ، وتتباهى بحكمته ، وتقدمه فى مجالسها . وكانت القصيدة تقال فى طرف من أطراف الجزيرة فيلتقطها الرواة فتصبح على كل لسان دون تحريف يذكر .

وإذا كان الإعلام والاتصال بين الأمم والشعوب قد مر بمراحل عديدة من التطور قبل أن يصبح على ما هو عليه اليوم ، فإن قصة الإعلام فى العصور الأولى تؤكد أن الإعلام أو المحتوى الإعلامى بمفهومه المعاصر لم يكن غريبا على الأمم السابقة فقد عرفته ومارسته وإن لم تكن ممارستها له مرتبطة بمنهج ، أو ينظمها علم ، أو تقنن لها نظريات كما نشاهد اليوم . فقد كانت وسائل الإعلام فى العصور الماضية وسائل فطرية لإشباع حاجات أساسية لدى الإنسان .

ولقد شهد الإعلام تطورا هائلا وحقق طفرة واضحة نشاهد اليوم مظاهرها ونرقب آثارها ونتابع نتائجها باهتمام بالغ خاصة فى الأساليب التقنية فقد ألغت أجهزة الإعلام المتطورة المسافات تماما حتى أضحى فى مقدور من فى شرق الكرة الأرضية أن يتابع خبراً أو حادثة فى نفس الوقت مع زميله القاطن فى غربها فتلاشى عامل الزمن وتقلصت المسافة وتخطت وسائل الإعلام الحديثة المكان والزمان مما زاد من خطورتها وضاعف من المسؤوليات الملقاة عليها .

ويرجع الفضل فى بداية تطور وسائل الإعلام الحديث وأساليبه التقنية إلى علماء ثلاثة هم : « جوتنبرج » الذى كان أول من فكر فى اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة و « ماركونى » الذى استطاع أن يبنى جهازاً للاستقبال وآخر للإرسال تفصلهما مسافة كيلو مترين و « برزليوس » الذى اكتشف عنصراً جديداً أطلق عليه اسم « سلفيوم » كان القاعدة الأساسية التى انطلقت منها تقنية الاختراع التليفزيونى . فأصبحت المطبعة ذات تأثير مباشر على اتجاهات الرأى العام بما تصدره من كتب ونشرات وصحف ومجلات كما

اخترقت الإذاعة الحدود والحواجز وانتقل الناس من باريس إلى طوكيو مرورا بواشنطن وموسكو ولندن عبر مفاتيح الراديو . أما التليفزيون فانه وإن كان أقل من الصحافة والإذاعة المسموعة انتشارا ، من حيث المساحة الآن ، إلا أن استخدامه للصوت والصورة معا جعله من أخطرها تأثيرا على العقول .

وبعد .. فتلك كانت جولة سريعة استعرضنا خلالها بإيجاز شديد تاريخ الإعلام وتطور أجهزته وبقى أن نؤكد أن التطور الذى يشهده العالم اليوم فى الأجهزة والوسائل لم يؤثر على المضمون ولن يتأثر به المحتوى إذ تبقى الحقيقة فى أن الوسائل تخدم المحتوى أو يجب أن تخدمه ، والعكس لا يصح . وعلينا أن نحول انبهارنا بالوسائل الإعلامية الحديثة واستخدامنا لها إلى خدمة قضايا أمتنا العربية والإسلامية ، ونشر عقيدتنا وفكرنا ومبادئنا ، من خلال مضمون إعلامى متكامل ومحتوى علمى مدروس .

.. علينا أن نعى أن الإعلام أثبت على مر العصور أنه سلاح خطير ذو حدين ينبغى الحرص فى استخدامه بعد أن تضاعفت مسؤولية المشرفين عليه والقائمين على أمره باختراع الأجهزة الحديثة واتساع نطاق استعمالها ، وبعد أن طال انتظارنا لمخطط إعلامى ملتزم يراعى مبادئ الأمة وأخلاقياتها من خلال المحتوى الجيد ، والمضمون الصالح ، وبأسلوب مشوق ، وطريقة محبذة إلى جانب الترفيه البرئ الذى لا يتعارض مع تلك المبادئ ، بل يتأثر بها ولا يؤثر فيها .



الاعـــلام .. مفهوم ومعنى

لا أعتقد أنه من الميسور تقديم تعريف دقيق وشامل للفظة الإعلام . لأن كثرة تداول الكلمة وانتشارها جعلها تبدو وكأنها لا تحتاج إلى تعريف مع أنها ما زالت غير واضحة تماما فى أذهان كثير ممن ألفوا استعمالها ، كما أن هناك خلطاً واضحاً بين مفهوم الإعلام ومفهوم الدعاية ، بل حتى بين هذين المفهومين ومفهوم التعليم ، فى بعض الأحيان ، فكل تلك الكلمات تعنى نقل المعلومات بغرض التأثير فى المتلقى وإقناعه رغم اختلاف الوسائل المستخدمة فى كل منها وتعددها .

والإعلام فى اللغة التبليغ .. ويقال : « بلغت القوم بلاغا » أى أوصلتهم الشئ المطلوب ، والبلاغ ما بلغك أى وصلك ففى الحديث :

« بلغوا عنى ولو آية »

كما يقال :

« استعلم لى خبر فلان فأعلمنيه حتى أعلمه »[1]

والإعلام بمعناه الواسع والشائع هو نقل الأخبار وقد اتسع نطاقه ليصبح ،

« نشر الحقائق والمعلومات الدقيقة الصادقة
بهدف التقرير والإقناع »[2]

---

(١) ابن منظور ـ لسان العرب ـ القاهرة ، المؤسسة العامة للتأليف والأنباء والنشر .

(٢) شاكر ابراهيم ـ الاعلام ووسائله ودوره فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية ـ مؤسسة آدم للنشر والتوزيع .

وإلى جانب الدقة التى اشترطها هذا التعريف فى الحقائق والمعلومات المنقولة فقد أشار إلى أن هدف الإعلام من ذلك هو الإقناع والتقرير دون أن يحدد التعريف ماهية التقرير وكيفية الإقناع .

ويقول إبراهيم إمام[1] :

« الإعلام هو نشر للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة »

وقد تكون الإضافة الهامة فى هذا التعريف أنه أشار إلى الأفكار والآراء بجانب الحقائق والأخبار التى ينشرها الإعلام بوسائله المختلفة .

أما الدكتور/ عمارة نجيب فى كتابه « الإعلام فى ضوء الإسلام » فإنه يعرف الإعلام بأنه :

« كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبّر موضوعياً أو لم يعبر ، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها » .

ويعيب هذا التعريف عدم تفرقته بين مفهومى الإعلام والدعاية كما نتبين ذلك فيما بعد .

ولعل تعريف العالم الألمانى « أوتوجروت » الذى أورده الدكتور/ عبد اللطيف حمزه فى كتابه « الإعلام تاريخه ومذاهبه » يعتبر من أوضح تعاريف الإعلام وأكثرها انضباطاً فهو يقول :

« الإعلام هو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت »

---

(١) ابراهيم امام ـ الاعلام والاتصال بالجماهير ـ القاهرة ـ مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٩ م .

واستخدام « أوتوجروت » لعبارة « التعبير الموضوعى » فى تعريفه ، له دلالته العميقة فهو يؤكد ـ كما يبدو ـ أهمية أن يكون الإعلام بعيداً عن التعبير الذاتى للمحرر أو المذيع ليصبح قائما على الحقائق والوقائع والأرقام ومبنيا على الأخبار والمعلومات التى لا يرقى إليها الشك .

و « أوتوجروت » بتعريفه هذا للإعلام يخرجه من دائرة الدعاية التى غالبا ما تستند على الهوى والغرض . وهو يعرف الدعاية بأنها :

« محاولة التأثير فى عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها ، وذلك فى مجتمع معين وزمان معين والدعاية بهذا التعريف نوع من الاستهواء وليست نوعا من الإقناع »[1] .

ونعتقد أن التعريف صحيح فى مجمله ، إن قصد « أوتوجروت » بعبارة « **لأغراض مشكوك فيها** » : فى نفوس وعقول الجماهير ، أما إن لم يقصد ذلك فإننا نتحفظ على تلك العبارة التى وردت فى التعريف ، لأن الدعاية لا تكون دائماً ، أو بالضرورة ، « لأغراض مشكوك فيها » إذ قد تكون لأغراض طيبة كدعوة إلى الخير والصواب أو إلى عقيدة سليمة أو مبدأ صحيح أو حتى بشكلها التجارى الذى قد تأخذه الدعاية كإعلان عن بضاعة معينة وليس فى كل ذلك ما هو مشكوك فيه .

لقد مس هذا التعريف ـ على كل حال ـ المفهوم الحقيقى للدعاية وهو « الاستهواء » فإذا كان الإعلام « تعبيراً موضوعياً » ، فإن الدعاية « استهواء » بغرض التأثير بفكرة أو رأى معين ، وبالتالى فإن الإعلام نافذة مفتوحة تعرض مختلف الآراء والاتجاهات للمشاهد أو للقارىء أو السامع وله أن يقتنع أو لا يقتنع .. يقبل أو يرفض .. يتأثر أو لا يتأثر . أما الدعاية فهى عملية تأثر مركزة تهدف إلى اقناع الفرد بكافة الوسائل والطرق . وتكون الدعاية فاشلة فى أداء مهمتها إذا لم تكن مقنعة . أما الإعلام فإنه لا يعتبر فاشلاً إذا لم يستطع أن يقنع باتجاه معين أو فكرة محددة .

ويمكن أن يتحول الإعلام إلى دعاية ولكن العكس غير صحيح . إذ لا يمكن أن يصبح « الاستهواء » « تعبيرا موضوعيا » .

---

(١) د/ عبد اللطيف حمزه ـ الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، القاهرة ـ مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٥ م .

وقد يحاول الإعلام تقديم خدمة دعائية محددة بأن يخصص برامج وخططاً للترويج لهدف مختار أو لسياسة معينة وهو بذلك يخرج عن كونه إعلاما ليصبح دعاية .. حتى وإن لم يذكر ذلك صراحة بغية المزيد من التأثير .

كما قد يساهم الإعلام فى برامج تعليم الكبار أو محو الأمية أو فى تقوية تلاميذ أحد الصفوف الدراسية فيخصص برامج أو قنوات تليفزيونية لهذا الغرض وتلك خدمة تعليمية وليست خدمة إعلامية .

نخرج من تحليل التعاريف والمفاهيم السابقة للإعلام إلى تعريف جامع هو أن الإعلام :

« نشر للأخبار والحقائق والأفكار والآراء يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة ، أو غير مباشرة ، فى إطار موضوعى بعيد عن الهوى والغرض ، من خلال أدوات ووسائل محايدة ، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار والآراء ، ليكون قادراً على تكوين فكره الخاص به الذى يمكنه من اتخاذ الموقف الذى يراه ملائماً » .

ووفق هذا التعريف فإن وظيفة الإعلام فى نشر الأخبار أو الحقائق أو الآراء أو نقلها أو التعبير عنها قد تكون فى صورةٍ غير مباشرة كأن يتم التعبير عن رأى معين من خلال شريط سينمائى أو قصة أو رسم « كاريكاتور » كما أن الحقائق العلمية يمكن أن توضع وتغلف فى إطار حوار تمثيلى مذاع على أن يشترط فى كل ذلك أن يكون فى قالب موضوعى وإلا أصبح دعاية وخرج عن مضمون الإعلام وفق تعريفنا السابق .

تبقى الأدوات والوسائل الإعلامية كالإذاعة والتليفزيون وغيرها فهذه وسائل محايدة بمعنى أن تقتصر مهمتها على النشر أو النقل أو التعبير دون إضافة ودون نقصان . فهى إذن معبر أو جسر لنقل الآراء والأفكار ، إن أحسن استخدامها أعطت النتائج الطيبة المطلوبة وإن أسئ فلا ذنب لها والتبعة تقع على من استخدمها .

النظريات الإعلامية المعاصرة

إن على المتتبع للتطور التاريخى لعملية التنظير فى مجال الإعلام أن يمتد ببصره عبر التاريخ الإنسانى كله ليرصد المقدمات الأولى لظهور الأفكار التى تبلورت فيما بعد فى شكل نظريات إعلامية جعلت من الإعلام علما له مبادئه وأصوله .

فمنذ أن استقر الإنسان على الأرض لينشئ الأسرة والمجتمع بدأت العلاقات الإنسانية تتطور وتتشابك مع الزمن مما فرض على الإنسان أن يلبى حاجته للمعرفة والاتصال بأن ينظم مجتمعه بوسائله البسيطة كالكتابة على الأحجار والجلود والنقش على الألواح الفخارية وعن طريق الاتصال الشخصى المباشر أو الاتصال الجماعى المحدود وكانت تلك بداية ما يعرف اليوم باسم الإعلام .

ومع تطور المجتمع البشرى من مجتمع بدائى إلى مجتمع زراعى وصناعى وانتقاله بالتالى من مجتمع بسيط إلى مجتمع معقد فأكثر تعقيدا تطور الإعلام من حيث الوسائل ، والتطبيق والتنظير .

وقد ظلت الوسائل على بساطتها وقصر مداها وانحصار تأثيرها ، حتى ظهور الطباعة ، وقيام الثورة الصناعية فى أوربا ، فشهدت وسائل الإعلام انقلابا واسعا شملها بالتطور والتعدد ووسع من مدى تأثيرها وخطورتها وتمخضت عن ذلك دراسات وأبحاث تناولها المختصون فى مختلف العلوم لقياس هذا التأثير وتطويعه بل وتطويقه فى بعض الأحيان .

وإذا كان ارتباط وسائل الإعلام بالتطور الصناعى والتكنولوجى الذى صاحب الثورة الصناعية ونتج عنها فإن ارتباط التطبيقات والنظريات الإعلامية بالأيدولوجيات الوضعية ونظم الحكم السائدة كان ظاهرة واضحة ومتكررة فى مختلف المجتمعات وعبر التاريخ الإنسانى الطويل . وقد ظل ذلك الارتباط قاعدة ثابتة من أجل تحقيق مبادئ وأهداف تلك الأيدولوجيات والنظم وخدمتها ، كما أن الدول المعنية بالإعلام لم تبخل بالعطاء السخى عليه بالمال تنفقه على وسائله وتنشئ له وزارات وأجهزة متخصصة تجُلب لها أفضل الكفاءات وتعطى خير الإمكانات .

وإذا كانت النظريات الإعلامية لم تعرف فى رأى بعض الباحثين « إلا فى أواخر عصر النهضة بعد اختراع الطباعة مباشرة »[1] وإذا كان بعض آخر يرى أن « علم الإعلام لم يصبح علما له قواعده وأصوله ولم يقم على نظريات أو يمارس فى حيزها إلا فى أوائل القرن العشرين »[2] فإنه من المؤكد أن الفلسفة التى استندت عليها تلك النظريات بل والتطبيق العملى لها بدأ مع خطوات الإنسان الأولى نحو تنظيم مجتمعه ومنذ إحساسه بضرورة أن يكون هناك نظام يتولى إدارة شؤون مجتمعه ويلبى حاجاته .

لقد تبلورت النظريات الإعلامية من خلال فكرتين أساسيتين نبعتا من الأيدولوجيات الحاكمة والنظم السائدة منذ عرف الإنسان كيف يحكم نفسه وينظم شؤون حياته :

الأولى : فكرة السيطرة والتسلط .

والثانية : فكرة الحرية .

ورغم النضوج المستمر للعقل البشرى وتطوره المتصل فقد احتلت فكرة السيطرة والتسلط أكبر مساحة على خريطة التاريخ البشرى . ومن العجيب أن نزعة التسلط والتحكم قد تملكت كثيرين من قادة الأمم فى مختلف العصور وقد أخذت تلك النزعة أشكالا متعددة تساندها ، وارتكزت على ادعاءات مختلفة تبررها ، مع ميل من البعض نحو العدل وميل من البعض الآخر نحو الاستبداد .

---

(١) د/ جيهان رشتى ـ نظم الاتصال ـ الجزء الأول ـ الاعلام فى الدول النامية ـ دار الفكر العربى .

(٢) د/ عمارة نجيب ـ الإعلام فى ضوء الإسلام ـ مكتبة الرياض .

وفي مقابل فكرة السلطة ظهرت فكرة الحرية على فترات متباعدة من التاريخ الا أن انتشارها واكب الثورة الصناعية فى أوربا حيث كسرت تلك الثورة جمود المجتمعات الأوربية وفتحت مجالات أرحب للعلوم وظهرت مبادئ حرية التجارة وحرية الانتقال وتبنت تلك المجتمعات أفكار « جون ستيوارت مل » و « جون ملتون » و « جون لوك » فى الحرية وأن تعبر الشعوب الأوربية عن رأيها فى كل ما يمس شؤون حياتها .

وإذا كنا نستعرض نشوء فكرة الحرية وارتقاءها للتعرف على تأثيرها على بزوغ النظرية الإعلامية الملتصقة بها والمؤيدة لها فإن هذا الاستعراض لا يمنعنا من القول : أن مفهوم الحرية المطلقة كان له أسوأ الأثر على فكر عدد كبير من الإعلاميين المعاصرين إذ سرعان ما ثبت أن الحرية المطلقة كثيرا ما يساء استخدامها إما لأغراض شخصية بحتة أو نتيجة احتكار ملكية وسائل الإعلام فى يد قلة تستطيع إن أرادت أن تحجب الحقيقة عن الآخرين ، الأمر الذى مهد لظهور نظرية جديدة أطلق عليها « نظرية المسؤولية الاجتماعية » التى حاولت تقييد الحرية المطلقة وإعطاءها لونا من المسؤولية لتحد من غلوائها وتوجهها لصالح المجتمع .

وإذا كانت نظرية « المسؤولية الاجتماعية » فى الإعلام قد انبثقت من نظرية الحرية فإن الاتحاد السوفيتى والدول السائرة فى فلكه اعتنقت نظرية السلطة ولكن من خلال الأيدولوجية الاشتراكية وأفكار « كارل ماركس » القائلة بسيطرة الطبقة العاملة « البروليتاريا » على مجريات الأمور وقد تمخض عن ذلك مدرسة فى الإعلام تدعو إلى نظرية جديدة هى النظرية الشيوعية فى الإعلام كاشتقاق واضح من نظرية السلطة .

إذن فقد أصبح للإعلام أربع نظريات هى :

- نظرية السلطة .
- نظرية الحرية .
- نظرية المسؤولية الاجتماعية .
- النظرية الشيوعية .

ثم أضاف الدكتور/ مختار التهامى اليها نظرية خامسة هى نظرية المسؤولية العالمية

حيث يتسع نطاق هذه النظرية ليشمل المجتمع الدولى ككل[1] .

ولعله من المناسب الآن بعد أن استعرضنا مختلف النظريات الإعلامية بإيجاز أن نتعرض لكل منها بشئ من التفصيل :

أولاً : نظرية السلطة أو التسلط :

ارتبطت نظرية السلطة فى الإعلام بالأيدولوجيات المستبدة التى اعتمدت على عدد من المبادئ والمفاهيم المتطرفة المرتكزة على منطق العنف وفرض النفوذ ، فكثير من فراعنة مصر مثلا استندوا على فكرة الألوهية التى تنادى بأن الحاكم هو إله أو ابن إله !!! ومن ثم فله التمجيد والاحترام والطاعة العمياء من جميع الرعاع وعامة الناس ، وقد سخرت كل وسائل الإعلام والاتصال بين الحاكم والمحكوم فى عهود الفراعنة إلى تأكيد فكرة التسلط والاستبداد بالرأى وزادت حدة ما تبشر له تلك الوسائل كلما أحاط فرعون الحاكم نفسه بالكهنة والحاشية الذين يحجبونه عن الرعية ، ويطلقون لأنفسهم العنان فى أمور الدولة وخاصة إذا آنسوا منه ضعفا أو تخاذلا ، وقد ينقلبون عليه إذا حاول المساس بكيانهم الدينى وتسلطهم الاجتماعى كما فعلوا مع « اخناتون » حينما نادى بفكرة تتشابه مع فكرة التوحيد .

أما فى العصور الوسيطة فى أوربا فقد ظهرت ديكتاتورية البابوات ورجال الكنيسة من خلال سيطرتهم على الأمراء والحكام وبيع الوهم والخداع والسراب للعامة والخاصة واستغلال سذاجة الجماهير تحت ستار الدين والوقوف بحزم وقسوة ضد كل من عارضهم أو دعى إلى تجريب الأفكار العلمية أو حتى نشر بديهياتها .

وقد آمن بفكرة السيطرة على الحكم والانفراد به أباطرة الروم والفرس على السواء ومن ثم توجيه الرأى العام إلى قبول ذلك والانصياع له ويشير الدكتور عبد اللطيف حمزه فى كتابه « **الإعلام له تاريخه ومذاهبه** » إلى رأى له يقول فيه : « **إن نظرية السلطة كانت سائدة فى العصور الإسلامية كلها على وجه التقريب وذلك باستثناء العصر**

---

[1] (١) شاكر ابراهيم ـ الإعلام ووسائله ودوره فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية ـ مؤسسة آدم للنشر والتوزيع .

النبوى وعصر الخلفاء الراشدين من بعده »[1] حيث استعان الرسول صلى الله عليه وسلم وكذلك الخلفاء الراشدون من بعده بأهل الحل والعقد وهم جماعة من كبار الصحابة والتابعين للمشورة وتبادل الرأى « كلما أشكل عليهم الأمر . أما تاريخ الدولة الأموية والعباسية فكان الأئمة وعلماء الدين يقومون للخليفة بهذه المهمة الخطيرة وهى المشورة ، ولكن الأمر على أية حال من تلك الحالات كان مرده إلى الخليفة وحده »[2] .

كأننا بالدكتور/ عبد اللطيف حمزه يثير قضية الشورى أملزمة هى للحاكم المسلم أم معلمة ؟ ! وهى قضية لا يسعها هذا الكتاب عرضا ونقاشا فالآراء حول إلزام الحاكم المسلم بالشورى متشعبة بل ومتباينة غير أن ما يهمنا تأكيده هنا هو أن الإسلام عقيدة ومنهجا فيه متسع لاجتهادات الرأى وصولا للحق وبحثا عن الحقيقة بتجرد وموضوعية ، ولا شك أن الحكم بما أنزل الله يبقى هدفا منفردا للحاكم المسلم يسعى إلى تحقيقه بكل الوسائل والسبل . ومشورة أهل الرأى والاختصاص فى أى أمر من أمور الأمة يعتبر أساسا للحكم الإسلامى وركيزة له مهما اختلف الحكام المسلمون خلال عصور الإسلام قربا منه أو ابتعادا عنه ، ولعل قول الإمام الغزالى رحمه الله :

« الدين أسّ والسلطان حارس ، وما لا أسّ له فمهدوم ، وما لا حارس له فضائع »

يبقى منطلقا عمليا وإطارا صحيحا لقضية الشورى والمفهوم الإسلامى لنظرية السلطة وتطبيقها ولوظيفة الدولة وغايتها .

إذن ففكرة السيطرة والتسلط وإن كانت قد ارتبطت عند البعض بالعدل والإصلاح فقد عايشت المجتمع الإنسانى حقبة طويلة فى العصور القديمة والوسيطة بل إنها مازالت تلاقى بعض القبول فى العصر الحديث من دول الكتلة الشرقية وعدد من الدول النامية .

ولم تكن دعوة « كارل ماركس » رغم الإطار الاقتصادى لها إلا محاولة لابدال فئة مكان

---

(١) د/ عبد اللطيف حمزه ـ الاعلام له تاريخه ومذاهبه ـ القاهرة ـ مكتبة الأنجلو ١٩٦٥ م .

(٢) نفس المصدر السابق .

فئة أخرى حيث سيطرت الطبقة العاملة « طبقة البروليتاريا » على الحكم . ويعنى ذلك عمليا سيطرة الحزب الواحد أو سيطرة قادة الحزب بمعنى أدق وبالتالى الرأى الواحد .

ومن الطبيعى فى حال ارتباط نظرية السلطة بأيدولوجية مستبدة أن يكون الإعلام بأجهزته فى يد الحاكم وحاشيته يبث من خلاله أفكاره ودعايته ليحمل لهم الأخبار التى يريد نشرها ويحجب عنهم ما عدا ذلك بهدف الحفاظ على سلطانه واستمراره ولا مانع من أن تكون ملكية وسائل الإعلام ملكية خاصة ولكن بشرط أن تلتزم بذلك .

« ووفقا لهذه النظرية فإن الصحافة تخدم مصالح السلطات (كما تحددها السلطات) أو تتوقف عن الصدور »[1] .

وقد ارتبط تطبيق تلك النظرية فى العصر الحديث بقوانين الرقابة على المواد والوسائل الإعلامية والمحاكمات الخاصة برجال الإعلام والمصاريف السرية التى تدفع لمالكى الصحف ودور النشر لتأييد شعارات وأفكار الحكام .

وربما كانت ألمانيا النازية خير من طبق تلك النظرية ، فالإعلام النازى استطاع أن يفلسف فكرة الديكتاتورية والنازية ونجح فى نشر دعاياته إلى الحد الذى صبغ بها جيلا بكامله فى المانيا بالأفكار النازية التوسعية وجعل من هتلر أسطورة مازالت تعانى منها ألمانيا حتى الآن .

ورغم ما لتلك النظرية من مساوئ وعيوب إلا أن الملاحظ أن كثيراً من الدول النامية أو ما يسمى بدول العالم الثالث تأخذ بتلك النظرية لأن « **ندرة الموارد الطبيعية والحاجة إلى وحدة العمل يظهر الحاجة الملحة إلى جعل جميع وسائل الإعلام تخدم الأهداف التى تحددها السلطة السياسية** »[2] فى بلدان العالم النامى . كما أن من الممكن إرجاع أسباب انتشار نظرية السلطة فى بعض البلدان النامية إلى أن بعض تلك الدول « **تحكم بواسطة**

---

(١) د/ جيهان رشتى ـ نظم الاتصال ص ٨٥ .

(٢) W. Schramm, Communication Development and the Development Process in Lucian Pye (ed): Communication and National Development

حكام جاءت بهم انقلابات عسكرية ومع الاضطرابات السياسية (التى تصاحب عادة تلك الانقلابات) فإن هؤلاء الحكام يميلون إلى فرض سيطرتهم على الإعلام وبالتالى فرض أفكارهم وآرائهم وحجب أية آراء معارضة لهم » ولا مانع لدى هؤلاء المتسلطين من أن يتهموا عامة الناس بالغفلة وعدم القدرة على معرفة الطرق التى تحقق مصالحهم[٢] .

وكما أن لكل فكر من يدافع عنه فإن المدافعين عن نظرية السلطة يرون أن المعرفة أو الحقيقة ليست من حق العامة ؛ بل من حق الخاصة أو الصفوة التى بلغت من العلم والخبرة والدراية ما يؤهلها لقيادة العامة وتوجيهها وبالتالى فإن الحاكم من خلال تلك الصفوة ينفذ ما يريد .

ثانياً : نظرية الحرية :

كان من أهم نتائج التطور الصناعي في أوربا كسر جمود المجتمعات الأوربية وإزالة انغلاقها إذا وسعت الثورة الصناعية آفاق حرية المرور والتجارة والعمل وشجعت على بروز أفكار ومفاهيم جديدة في الحرية والديمقراطية وبدأت أفكار « جون ملتون » وعدد آخر من **الفلاسفة تأخذ طريقها إلى النور فأعتقد كثيرون أن « الإنسان لا يمكنه الوصول إلى الحقيقة والصواب في مسألة من المسائل حتى يستمع إلى آراء المخالفين له فيها »**[٢] .

وتبعا لتلك الأفكار في الحرية التي واكبت انفتاح المجتمعات الأوربية وأكدت مفاهيمها الجديدة أصبحت وسائل الإعلام هي الرقيب على أعمال الحكومة وأصبح من الممكن اتهام الحكومة بأدلة كافية لسحب الثقة منها وإقالتها .

وقد وجدت نظرية الحرية في الإعلام بريقا جذابا وإغراء باهرا داعب خيال العامة والخاصة على السواء في أوربا وأمريكا خلال القرن التاسع عشر حيث كان من الممكن برأس مال محدود أن يصدر أى فرد أو جماعة جريدة أو مجلة تنادي بأرائها وأفكارها وكان نجاحها يعتمد على مقدرتها على إرضاء القارئ في وقت كان التطور الاقتصادي فيه محدودا والتطور في التفنيات مازال في أول الطريق ، أما وقد بلغ التطور الاقتصادي والتقني مداها

(١) د/ عمارة نجيب ـ الإعلام فى ضوء الإسلام ـ مكتبة الرياض .

(٢) د/ عماره نجيب ـ الاعلام في ضوء الاسلام ـ مكتبة الرياض .

خلال القرن الحالى من عمر الحضارة المعاصرة فقد سيطرت على الإعلام مؤسسات عملاقة توظف رؤوس اموال ضخمة وتستوعب تقنيات العصر ، وأصبح بالتالي من الصعب على أى فرد أن يجد دائما أذنا صاغية لرأيه ، فيما غدت المؤسسات الإعلامية قادرة على التعبير بقوة عن آراء أقلية هم مالكوها ، ومن هنا انتفى الادعاء برقابة المجتمع على الحكومة عن طريق وسائل الإعلام كما أن انطلاق الحرية بلا ضوابط أو كوابح انحرف بتلك الوسائل عن غاياتها الصالحة وأصبحت تؤدي اكثر مما تنفع وفتحت المجال لتضليل الرأى العام وقد حدد صاحب « كتاب نظريات أربع للصحافة »[1] مساوئ هذه النظرية من وجهة نظره في الآتى :

١ ـ أنها تستغل قوتها الهائلة في خدمة أهدافها الخاصة فيروج أصحابها لآرائهم وخاصة في الشؤون السياسية والاقتصادية على حساب الآراء المعارضة .
٢ ـ أنها تضع نفسها في خدمة الأهداف الرأسمالية الكبيرة وطالما سمحت للمعلنين بالتدخل في توجيه سياسة التحرير ومادته .
٣ ـ أنها تقاوم التغيير الاجتماعى .
٤ ـ أنها كثيرا ما تضفى اهتماما مبالغاً فيه على الأمور التافهة والمثيرة أثناء تغطيتها للأحداث الجارية وغالبا ما تتسم أبوابها الترفيهية بالسطحية .
٥ ـ أنها تعرضً الأخلاق العامة للخطر .
٦ ـ أنها تقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر عادل .
٧ ـ ان هناك طبقة اجتماعية اقتصادية واحدة تتحكم في الصحافة هى طبقة أصحاب الأعمال الاحتكاريين ، وقد أصبح من الأمور البالغة المشقة دخول أناس جدد إلى الصناعة الصحفية مما يعرض سوق الفكر الحر لخطر محقق .

ثالثاً : نظرية المسؤولية الاجتماعية :

تحاول نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام أن تعالج بعض العيوب التي ظهرت بتطبيق نظرية الحرية حيث أضافت المسؤولية الاجتماعية إلى الحرية وأصبحت كل حرية

---

(١) Siebert, T., Four Theories of the Press, by Siebert and Company, University of Illinois, Urbana, 1959.

يقابلها مسؤولية وأصبحت واجهات وسائل الإعلام كما حددتها نظرية الحرية المسؤولة كالتالى [1] :

١ ـ الحفاظ على النظام السياسى القائم وذلك على طريق تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين رأى عام مستنير بناء على مناقشة للأمور العامة التي تهم المجتمع .
٢ ـ صيانة مصالح الأفراد والجماعات والمحافظة على سمعة كل منهما مع رقابة أعمال الحكومة والقطاعين العام والخاص .
٣ ـ خدمة النشاط التجارى عن طريق الإعلانات التي تهم البائع والمشتري على السواء وعن طريق التوجيه الى أفضل وسائل التنمية والتشجيع عليها .
٤ ـ تقديم برامج وألوان التسلية والترويح بطريقة مسؤولة .

وإذا كان الداعون لهذه النظرية يعتقدون بأنهم بهذه المبادئ قد عالجوا عيوب نظرية الحرية ، فإن هذا الاعتقاد يصبح صحيحا إذا اقترنت تلك النظرية التي ولدت وترعرعت في مجتمعات متطوره كانجلترا والولايات المتحدة الأمريكية بالتطبيق العلمى لها .. في الولايات المتحدة مثلا ثبت أن الانتقادات التي وجهت إلى نظرية الحرية مازالت قائمة خاصة فيما يتعلق بصيانة الأخلاق العامة وحماية النشئ والمحافظة على الذوق العام إذ أن النظرية أخلاقية في المقام الأول ، إلا أن وسائل الإعلام كما هو ملاحظ في الولايات المتحدة لم تلتزم في تطبيقها بالمنطلقات الأخلاقية فيها بالإضافة لسيطرة الاحتكارات الرأسمالية عليها واقتحام الحياة الخاصة للأفراد إلى آخر تلك المساوئ ولعل كل ذلك يشير إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام قد عالجت عيوب نظرية الحرية من الناحية الشكلية أو النظرية دون أن ينسحب هذا على التطبيق العلمى كما نشاهده في الواقع .

رابعاً : النظرية الشيوعية للإعلام :

يرتكز الفكر الشيوعى على أن الإنتاج المادى هو المحور الأساسى لجوانب الحياة الاجتماعية كافة . ومن هذا المنطلق فقد تم تفسير التاريخ من زوايا اقتصادية ومادية بحتة . ولقد دعا « كارل ماركس » إلى الخروج على الرأسمالية باحتكاراتها وظلمها للطبقات

(١) د/ عماره نجيب ـ الاعلام في ضوء الاسلام ـ مكتبة الرياض .

العاملة وضرورة سيطرة تلك الطبقات على الحكم . وقد انتقلت تلك الأفكار إلى الواقع العملي باستيلاء لينين ورفاقه على السلطة وقيام الثورة السوفيتية عام **١٩١٧**م .

ويقوم نظام الحكم الشيوعى على أساس الحزب الواحد والرأى الواحد إذ من غير المسموح به المعارضة إلا في الجزئيات الصغيرة الجانبية . أما الخطوط العامة والاستراتيجيات المفصلة فيقررها قادة الحزب ويرتبط الإعلام وأجهزته كافة بالحزب والسيطرة الكاملة عليه وتوجيهه توجيها تاما من خلال خطة إعلامية شاملة . وقد أخضع المجتمع الشيوعى قطاع الإعلام كما أخضع بقية القطاعات الاقتصادية والاجتماعية للتخطيط الشامل بهدف التحكم في حركتها والسير بها لتحقيق الأهداف التي يقرها الحزب .

وواقع الأمر أن الفرد في المجتمع الشيوعى قد ذابت شخصيته وضاعت ملامحها تماما في إطار شخصية المجتمع ككل فقد سلب حق الملكية الخاصة وحرم من التعبير عن رأيه الخاص وحق المعارضة . ومهما قيل عن النظرية الشيوعية من فلاسفتها والداعين لها فإنها لاتخرج في مضمونها العام عن نظرية السلطة والتسلط وإن كانت هناك بعض الاختلافات التي أوردتها د/ جيهان رشتى في كتابها « نظم الاتصال » نقلا عن « ولبرشرام » في كتابه « نظريات الإعلام الأربع » وهي :

١ـ وفقا لنظرية السلطة وسائل الإعلام يملكها الأفراد « باستثناء محطات الإذاعة في بعض البلاد » ويتم السيطرة على وسائل الإعلام بواسطة التصاريح والرخص والضغوط الحكومية والرقابة .

أما وفقا للنظرية الشيوعية فتتم السيطرة على الإعلام عن طريق ملكيتها وبوضع أعضاء الحزب في المناصب الرئيسية ، كذلك يسيطر الحزب عليها عن طريق التوجيهات والفحص الدورى لمضمونها بالنقد وأحيانا بالرقابة .

٢ ـ وسائل الإعلام في الدول الشيوعية لاتسعى وراء الربح من النشر وتقدير النجاح والفشل يقاس بقدرة الوسيلة الإعلامية على تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها فالربح المادى ليس دليلا على النجاح .

٣ ـ وفقا لنظرية السلطة الحكومية تحاول الدولة أن تحد من انتشار وسائل الإعلام وتعددها في حين أن النظام الشيوعي يسعى لنشر وسائل الإعلام على نطاق واسع .

كذلك النظم الاستبدادية القديمة تفرض مهاماً سلبية على وسائل الإعلام في حين أن النظام الشيوعي يفرض مهمة إيجابية على تلك الوسائل وهي انتشار الفكر الشيوعي في شتى نواحي الحياة .

٤ ـ النظام الشيوعي جزء في إطار متغير . ووسائل الاتصال تعمل على زيادة التغيير أما وسائل الاتصال في ظل نظرية السلطة فتستخدم أساسا للمحافظة على الأوضاع الراهنة واستمرارها .

٥ ـ وسائل الاتصال الشيوعية مرتبطة بالمجهود الحكومي الكلي بطريقة من النادر أن تجدها في النظم الأخرى . وتخضع وسائل الإعلام الشيوعية لتخطيط دقيق وتعمل على خدمة أهداف الدولة ، في حين أن الصحافة في ظل نظرية السلطة تسير بلا تخطيط ومحظور عليها فقط تناول موضوعات معينة .

خامسًا : نظرية المسؤولية العالمية :

تتشابه هذه النظرية مع نظرية المسؤولية الاجتماعية بأنها تضفى المسؤولية على الحرية ولكن تخرج تلك المسؤولية من الإطار الإقليمي والقطرى إلى مستوى عالمى أوسع حيث يكون المستهدف هو الإنسان من حيث كونه إنسانا بغض النظر عن الحواجز الإقليمية والصراعات المذهبية أو العقائد لتطالب وسائل الإعلام بحريته وحقوقه وترعى مصالحه في أى منطقة أو بلد .

من هنا تخرج وسائل الإعلام في أهدافها من تحقيق تلك الأهداف على المستوى الإقليمى إلى المستوى العالمى . ومن الطبيعى أن تكون تلك الوسائل في ظل حرية سياسة وارتباطها لايكون إلا بالمثل والأخلاقيات العامة . وعيب هذه النظرية أنها مثالية وغير واقعية لأنها تفترض عالما صافيا فطريا لاتكبله الايدولوجيات الوضعيه ولاتقيده الأنظمة المستبدة .

وأخيرًا : وبعد أن عرضنا لمختلف النظريات والآراء وتطبيقاتها نجد أنها جميعا تعالج من زاوية مدى قرب أو بعد الحاكم من التسلط المستبد أو الحرية المطلقة وما بينها من اعتدال هنا أو هناك . وتلك مشكلة قد لا يكون لها وجود في المجتمع الإسلامى السليم .

فالمجتمع الإسلامى تحكمه شريعة سماوية صالحة للتطبيق في كل زمان ومكان ملتزم بها الحاكم والمحكوم على السواء أعطت للإنسان جميع حقوقه وكفلتها له وبينت واجباته وحددتها له بشمولية كاملة ووضوح تام من خلال تشريع سماوى غير وضعى منزه عن الأخطاء والأهواء البشرية . وتلك القواعد والأسس هى التي تحكم المجتمع كله بجميع نشاطاته الاقتصادية والاجتماعية ومن ثم الإعلامية . ولسنا في حاجة لربط وسائل الإعلام في المجتمع المسلم الذى يطبق شريعة الله ويحكم كتابه المبين بمسؤولية اجتماعية أو عالمية فهى مرتبطة أساسا بمسؤولية عقيدة ربانية تحكم الجميع وتتحكم في شؤونهم بما يحقق الصالح لهم يقوم الحاكم فيها بدور المنفذ المؤتمن وتقف الأمة بجواره تشد أزره وتقدم له النصح وتعينه على الحق .

وفي مجتمع كهذا يحكم بالحق ويهتدى إلى الرشاد يجب أن يكون لإعلامه رسالة يؤديها تنبثق من عقيدة المجتمع وتنسجم مع أهداف أفراده في الحياة كما حددتها تلك العقيدة .

وإذا كان الغرب يخشى وهو يضع ضوابط الحرية من أن يضعها فى ظل الدين نتيجة الخلفية المظلمة والكئيبة التي عاشها المجتمع الغربي مع هذه التجربة فإن الأمة العربية والإسلامية تملك من المنطلقات الفكرية والمعطيات الإيجابية ما يمكنها من أن تضع من الضوابط لإعلامها كي ينطلق من منظور إسلامي يحافظ به على شخصيته بتفتح واع ويحتفظ فيه بذاته بإدراك ومعاصرة .



الإعلام الحديث بين النظرية والتطبيق

العالم الآن أصبح صغيرا جداً بفضل التطور التقنى الهائل الذي يشهده في وسائل الاتصال المختلفة والتي أصبحت قادرة على إلغاء المسافات ومسابقة عقارب الساعة .. تلك خاطرة كانت في ذهنى وأنا أتابع محاولة اغتيال رئيس الولايات المتحدة الأخيرة عبر جهاز التليفزيون بعد حدوثها بزمن يسير .

... لقد أصبح بإمكان الإنسان أن يلم بأبعاد العالم وتكون له دراية واسعة بما يجرى في مختلف أنحاء المعمورة ولم يعد في حاجة إلى رحلة طويلة وشاقة أو تأشيرات دخول ليرى ويسمع ويتأثر بما يتأثر به مواطنو العالم في مناطقهم فيكفى أن يدير مفتاح الراديو أو يلتقط صحيفة ليسمع نبأ أو يقرأ خبراً نقلته أجهزة وكالات الأنباء ومندوبوها الذين يغطون الأرض ، ويكتبون ويصورون من مواقع الأحداث لتنقل إليه الحوادث المختلفة مباشرة وبعد دقائق معدودة بالكلمة والصورة .

ومع تقليص المسافات الزمنية والمكانية والانفتاح الكامل للإنسان على محدثات عصره ، اتسع الإطار الذهنى للكثير من أفراد المجتمع عموما بسبب انخفاض معدل الأمية وتوسع دائرة الوعى بينهم وانفتاح وسائل الإعلام القادمة من وراء الحدود عليهم .

لقد أصبح من غير الممكن إغلاق النوافذ الفكرية أمامهم أو حصرهم في إطار فكرى معين واحد بحيث لايسمح لهم معه برؤية غيره أو سماع سواه مما يجعل ضمان ولائهم للأفكار والمبادئ ـ أيا كانت ـ مرهونا بمنطقيتها وسلامة حجتها واستقامة أهدافها وما تتمتع به من

قوة المفهوم وجودة العرض لتستطيع مجابهة أى تيارات مخالفة أو أفكار معارضة يستطيع الفرد أن يتلقاها بواسطة أجهزة الاتصال المختلفة بداية بالترانزستور وانتهاء بالأقمار الصناعية .

لقد أصبحت الدراسات الإعلامية العلمية الموثقة أحد المصادر الأساسية للمعلومات اللازمة لصنع القرارات العامة التي تمس أى مجتمع وقلما يصدر قرار له تأثيره على العامة من الناس دون أن يكون مستندا على دراسة علمية موثقة يلعب الإعلام فيها بشتى وسائلة دوراً هاما في التعرف على الرأى العام ومدى تقبله للقرار .

وليسمح القارئ بصحبته في جولة سريعة مع تلك الدراسات لنتعرف عليها بعد أن أصبحت لا تهم المتخصصين من رجال الإعلام فقط ولكنها تمس كل فرد من أفراد الأمة لأنها تشتمل على محور العلاقات الإنسانية ووسائل الاتصال وأساليب التأثير في الجماهير .

لقد بدأت انطلاقة الدراسات الإعلامية المعاصرة عبر الدراسات الصحفية إذ كانت الصحف أسبق وسائل الإعلام الأخرى واحتفظت لنفسها بهذه المكانة لفترات طويلة قبل أن تلتقط أجهزة الإعلام الأخرى كالإذاعة والتليفزيون زمام السبق لتزاحم الصحافة في مكانها من حيث التأثير المباشر والقوى على الرأى العام ، ولم تخرج الدراسات الصحفية في البداية عن الدراسات الوصفية والوضعية أو بمعنى آخر تسجيل تاريخ الصحافة واجتهادات محرريها التي لم تتبع في بادئ الأمر مبادئ أو نظريات عملية وإنما خضعت لتصورات فلسفية وافتراضات ذهنية قابلة بطبيعة الحال للخطأ والصواب .

وظلت الدراسات الإعلامية المعاصرة دائمة التحديث ومتطورة بتطور الأجهزة والوسائل الإعلامية خصوصا بعد أن اتسعت الخلفية العلمية لعلوم الإعلام والاتصال بإدخال الدراسات المتعلقة بالعلاقات الإنسانية عليها بوجه عام . وقد كانت البداية الحقيقية لارتباط الإعلام بالعلاقات الإنسانية نابعة من أفكار الفلاسفة ومفكرى الاغريق القدامى فجذور العلاقات الإنسائية والتصاقها بالإعلام عميقة في التاريخ . ولا نبالغ إذا قلنا : إنها بدأت مع بداية خطوات الإنسان الأولى على وجه الأرض .

واهتمام كثير من المفكرين والمتخصصين في العلوم الأخرى كالاجتماع والآداب والتاريخ بالدراسات الإعلامية أمر واقعى يمكن تفسيره باتساع نطاق تلك الدراسات لتشمل العلوم

الاجتماعية والإنسانية المختلفة ولكن الدراسات الإعلامية أمر واقعى لم تأخذ الشكل المتخصص إلا منذ بداية الحرب العالمية الأولى حيث ظهرت أهمية التأثير على الرأى العام بواسطة الدعاية المباشرة وغير المباشرة مما اعطى دفعة قوية للباحثين في هذا المجال . وبدأت مناهج البحث التجريبى في الظهور لتشتمل على وسائل إعلامية أخرى بجانب الصحافة حيث بدأت تهتم بالإذاعة وتتعرف على جمهورها وبدأ الاهتمام « بالسينما » ومعرفة تأثيرها على العامة من الناس كما برز لأول مرة مايسمى باستقصاء الرأى العام .

وعلى أية حال فقد كانت الحرب العالمية الأولى فرصة طيبة لدراسات إعلامية موجهة تهدف أساسا إلى قياس الروح المعنوية للجنود ومشاكلهم وإيجاد نظم للمعلومات وتداولها وتحليلها والخروج منها بمؤشرات حيث كانت الحرب العالمية الأولى الحاضنة التي أنجبت الدراسات والنظريات الأساسية في الإعلام التي مازالت تعرض في قاعات الدرس بالجامعات بعد أن تنبهت الأذهان إلى أهميتها وقيمتها .

وليس غريبا أن تكون النظم الديكتاتورية من أوائل النظم التى استفادت سياسيا من الدراسات الإعلامية فقد استغلت تلك النظم مع بداية الثلاثينات والأربعينات من هذا القرن تلك الدراسات ، وطوعتها للسيطرة على الجماهير والتأثير فيهم وإضفاء طابع الجاذبية على ماتروج له تلك النظم وتدعو إليه وكلنا يذكر في عالمنا العربى من كان معجبا بالنظام النازى بفضل تأثير الإذاعات الموجهة ويعتقد أنه البديل الأمثل للاحتلال الفرنسى أو الإنجليزي وذلك في حدود مفهومه .

ورغم كل هذا الجهد المتراكم من الخبرة والرصيد الكبير من الممارسة لم تستطع الدراسات الإعلامية لفترة ما بعد الحرب العالمية الأولى بناء نظرية إعلامية متكاملة فقد ضاع الجهد في قياسات للرأى العام واستنفد الرصيد في تجميع المعلومات وتحليلها لأغراض محدودة دون الخروج بتنظير علمى يكون أساسا لعلوم الإعلام والاتصال .

وقد تكون الفائدة المثلى لمرحلة مابعد الحرب العالمية الأولى تلك أنها جذبت اهتمام كثير من العلماء والمتخصصين في مجالات علم النفس والاجتماع والهندسة والرياضيات إلى جوانب جديدة ترتبط بالإعلام وتتعلق بمنطلقاته فقد ظهرت اكتشافات جديدة ومخترعات متطورة فى هندسة الاتصالات وأصبح علم الإحصاء وتحليل المعلومات قاعدة أساسية لاتخاذ

القرارات ، وزاد عمق دراسات علم النفس واتسعت دائرة استخداماته بشكل أفضل واهتم علماء الاجتماع أكثر بدراسة الاتصال الجماهيرى الذى يمكن من خلاله السيطرة على سلوكيات أفراد المجتمع ومازال الطريق طويلا أمام الباحثين والمهتمين بمجالات الإعلام وعلومه وفنونه .

وقد يكون كل هذا مبررا لجذب اهتمام المفكرين إلى ضرورة تجميع الجزئيات والمعلومات لتأخذ إطارًا أشمل ومنهجا أثرى لما يعرف اليوم بعلوم الاتصال والإعلام التي تميزت عن غيرها بأنها استفادت من خبرات وأبحاث كثير من العلماء في مختلف المجالات مما غذى تلك العلوم ووسع مجالها .

من هذا المنطلق نشطت الأبحاث في بداية النصف الثاني من هذا القرن حول مجموعة من المسائل التي تتمركز حول الاتصال والتحكم والميكانيكا الإحصائية سواء في الآلة أو في النسيج الحى أو المجتمع ولكنها كانت تفتقر إلى الوحدة والتناسق كما لم يكن هناك اصطلاحات مشتركة تجمع بينها بصورة فعالة ، حتى ظهر « علم « السيبرنيتك »
Cybernetics وهى كلمة مأخوذة عن الكلمة الأغريقية " XV Bepnvrins " وتعنى ضابط الدقة في السفن وكلمة ضابط مشتقة من الترجمة اللاتينية المحرفة لكلمة « سيبرنوس »[١] .

وقد عرف مؤسس علم « السبرنيتك » نوربيرت فينر هذا العلم بأنه « **علم التحكم والاتصال في الالآت والأنسجة الحية والمجتمعات .**»[٢] ولم يوجد هذا العلم قبل صيف ١٩٤٧م وإن كانت الفترة التي سبقت ظهوره تعد تمهيدا حقيقيا لنشأته ، ولكنه تطور بتطوير علوم الاتصال والتحكم والتوسع المضطرد في نظريات الإحصاء وما صاحب العلوم الاجتماعية والعلمية المعاصرة من تداخلات فيما بينها وتميزت بطابعها الشامل وبطبيعتها التطبيقة .

وترجع أهمية هذا العلم إلى أنه يفسر العديد من الظواهر البيلوجية كما يفسر الظواهر الاجتماعية فهو يوضح كيف تعمل الأجهزة الداخلية فى جسم الإنسان كما يفسر السلوك

---

(١) نور بير ت فينز ، السيبرنيتكا . ترجمة د/ رمسيس شحاته ود/ اسحق ابراهيم حنا ـ الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ـ ١٩٧٢م .

(٢) Lerner, A. Ya., Fundamentals of Cybernetics. London, Scientific Information Consultants, 1972.

الاجتماعى للإنسان ويتعدى ذلك ليوضح كيفية اتخاذ القرارات ومن ثم توجيهها لتحقيق هدف معين .

وبمعنى آخر فإن « **هذا العلم يفسر عمل النظم المختلفة بغض النظر عن كون هذه النظم فيزيائية أو فسيولوجية او سيكولوجية** »[٣] وبالتالى فقد تم عن طريق السيبرنيتك الربط بين العديد من العلوم المختلفة بعضها ببعض داخل إطار نظرية التحكم والتي أمكن عن طريقها تصميم العديد من آلات التحكم الأوتوماتيكي وآلات التوجيه وفتح الطريق لمزيد من التطبيقات العلمية حيث تمتزج العلوم الطبيعية بالعلوم الإنسانية وقد أعطى السيبرنيتك **مفهوماً جديداً للمكونات التي تحيط بنا فبعد أن كان العالم يتكون من مادة وطاقة ، فإن هذا العلم أثبت أنه يتكون من مادة وطاقة ومعلومات**[١] إذ بالمعلومات تصبح النظم والأساليب المنتظمة التي وهب الله الإنسان قدرة التحكم بها على من حوله دائمة التطور والحركة .

وللمعلومات أهمية كبيرة في نظم السيبرنيتك حيث تعتمد تلك النظم على نقل المعلومات وتفهمها وتنظيمها بالإضافة إلى تفاعل تلك النظم بعضها مع البعض الآخر ورد الفعل الذي يحدث نتيجة تلقى تلك المعلومات وقد أمكن وضع كل تلك العلاقات بصورة رياضية وأصبح هذا العلم يعتمد على أربع نظريات أساسية :

١ ـ نظرية المعلومات والإشارات وتتضمن نظريات نقل المعلومات زمانيا أو مكانيا ووضع شفرة خاصة بها حسب نوعيتها .

٢ ـ نظرية تفهم المعلومات والإشارات .

٣ ـ نظرية تنظيم المعلومات .

٤ ـ نظرية التفاعل مع النظم الأخرى أو الرد على الإشارات أو نظرية ردود الأفعال التي تعتمد على المعلومات المتاحة في وقت ما والمعلومات الأخرى والخبرات السابقة « الذاكرة »[٢] .

---

(١) د/ محمد مصطفى الفولى ـ السيبرنية في الأنسان والمجتمع والتكنولوجيا ص ٢٨ ـ الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧١م .

(٢) Lerner, A. Ya. Fundamentals of Cybernetics. London, 1972

(٣) / محمد مصطفى الفولى ـ السبرنية في الانسان والمجتمع والتكنولوجيا ٢٨ الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧١م

ومن خلال تلك النظريات والحقائق التي بنى عليها هذا العلم فقد تم الربط بين النظم الآلية والفسيولوجية كما فسرت النظم الحاكمة العلاقات الإنسانية .

فمجموعات الخلايا المكونة للجسم الحى مكلفة بأداء عمل معين فى إطار الكائن الكلى وحتى يتسنى لها ذلك فهناك شبكة اتصالات وتبادل المعلومات بينها وعلى نفس المستوى فإن المجموعات المختلفة المكونة للمجتمع ومع اختلاف أفراد تلك المجموعات تحاول إيجاد وسيلة لتبادل المعلومات فيما بينها بغرض التوفيق بين رغبات تلك الجماعات ولقد كانت المعلومات تنقل بواسطة الإشارات ثم تطورت إلى أصوات فلغة يمكن للجميع فهمها وإدراك المضمون المرغوب توصيله .

وكلما كبر المجتمع أصبح الاتصال الشخصي قاصراً عن توصيل المعلومات ، ومن هنا فقد نشأت وسائل الاتصال الجمعية وتبادل الفرد مع المجتمع الفعل ورد الفعل في اتجاهات هابطة وصاعدة يمكن صياغتها في علاقات رياضية .

وقد استفادت علوم الإعلام والاتصال بتطور علم « السيبرنيتك » وأخذت دائرة استخدامه تتسع بصورة شاملة وخاصة في الدراسات الإعلامية واستقصاءات الرأى العام وما يتعلق بها من تطور تقنى في وسائل الاتصال والتحكم المختلفة ، كما أن هذا العلم فتح آفاقاً واسعة أمام قياس التأثير على الآخرين وإن كان من الصعب أن يخضع الإنسان واتصالاته وعلاقاته بالآخرين وقياس رد الفعل لديه وكيفية اتخاذه القرارات للتحكم الدقيق ومن ثم وضعها في إطار علاقات رياضية كما يحدث في العلوم الأخرى إلا أن هذا العلم أفاد في بلورة كثير من جوانب العلاقات الإنسانية والإعلام بشكل خاص حيث يضم في إطار نتائج كثيرة من العلوم الأخرى .

وإن كانت علوم الاتصال والإعلام قد خطت في المرحلة الأخيرة خطوات واسعة إلا أنها مازالت تعد من العلوم الحديثة والفرصة كبيرة أمام مفكرى ودارسى الإعلام العرب ليدلوا بدلوهم ويقدموا إنتاجهم وإضافاتهم في هذا المجال الخصب والحيوى .

ويمكن للجهد العلمى العربى في مجال الإعلام أن يؤدى بوسائل وطرق شتى لعل منها ترجمة ما كتب عن علوم الإعلام والاتصال إلى اللغة العربية ليكون في متناول الباحثين العرب بلغتهم وتنظيم واسع لعلم الإحصاء والمعلومات وتحليلها واتساع قاعدة الاستفادة

منها ثم تشجيع القيام بالأبحاث في مجال الإعلام وفنونه وصناعته .

والأمل معقود على أن تأتى المساهمات العلمية من المتخصصين العرب في مجال الإعلام وعلم الاتصال نابعة من قيم الخير ومبادئ الرشاد التي تحف بالمجتمع العربى المسلم وبسلوك أفراده وأخلاقياتهم كما حددتها عقيدة الأمة والصالح من تراثها العريق ، وإذا جاءت المساهمات العربية من هذه المنطلقات فانها تكون بذلك قد أسدت معروفا للإنسانية وصنعت جميلا للبشرية لأنها تكون بذلك قد رسخت مفاهيم مشرقة للإعلام وصناعته ما أحوج العالم المعاصر إليها !



منطلقات للإعلام من منظور إسلامي

لم تكن الدعوة إلى العلمانية في حياة الشعوب الغربية في فترة من تاريخ تلك الشعوب دعوة غريبة في الوسط الكنسى الذى عاشته أوربا طوال القرون الوسطى ومارسه رجال الدين المسيحى خلال الفترة المظلمة من حياتها ، فقد عانت شعوبها من تسلط رجال الكنيسة وجبروتهم على جميع نواحى الحياة العامة والخاصة تحت ستار الدين حتى لقد وصل الأمر بهم إلى منح صكوك للغفران ووهب أراض في جنات عدن للسذج والمخد وعين وحرق العلماء المخالفين لهم في الرأى أحياء ، وكذلك الكتب التي تخالف فكرهم وتبين تسلطهم حتى تلك التي تهدى طلبة المدارس إلى أبسط الحقائق العلمية في ذلك العصر .

وفي إطار دعوى العلمانية ومع قيام الثورة الصناعية في أوربا وتراكم الثروات وفي غياب التأثير الروحى المناسب والمنطقى نشأت الحضارة الغربية وقد اكتسبت صبغة مادية بحتة ، وأصبح لتلك الحضارة حين نشأتها الأولى سمتان على الأقل !

الأولى : عدم الاكتراث بالجانب الروحى وتعزيز الدعوة إلى العلمانية بفصل الدين عن الدولة كرد فعل لتسلط رجال الكنيسة .

الثاني : الإغراق في المادية إلى الحد الذى أصبحت عربة الحضارة الغربية معه هى التي تقود سائقها وليس العكس وتحولت الحياة إلى غابة من الآلات والمعدات الثقيلة والخفيفة تاه فيها الإنسان وتحول إلى ترس في تلك العجلة الضخمة لا يملك من أمره شيئا وضاعت إرادته في السيطرة عليها .

وفي إطار الدعوة للعلمانية والإغراق في المادية والابتعاد عن الروحانية تأثرت مفاهيم

العلوم الاجتماعية والإنسانيات ، فعلم النفس أصبح تحكمه نظريات « فرويد » وتحليلاته الجنسية ، كما سيطرت فلسفات مختلفة ومفاهيم متعددة على العلوم الاقتصادية وظهرت إيدولوجيات عديدة تشرع للمجتمعات وتؤثر على سير الحياة فيها وانقسمت تلك المجتمعات تبعا لما تدين به من نظم اقتصادية إلى مجتمعات رأسمالية وأخرى اشتراكية .

في هذا الخضم المتلاطم كان طبيعيا أن يساير الإعلام بمفاهيمه ونظرياته ما اتسمت به العلوم الاجتماعية والإنسانيات والمفاهيم الاقتصادية للمجتمع المتعايش معه وكان أمراً طبيعياً أن ينعكس صراع الطبقات والميل للعنف والتحليلات الجنسية النفسية على إنتاج وسائل الإعلام الغربية .

وقد صاحب الإعلام في المجتمعات الغربية ذلك الانشاق المادى للحياة في تلك المجتمعات فكسبت مسيرة الإعلام خصائصها واكتسبت ميزاتها فجاءت نظرة الإعلام الغربى وفلسفته ومنطلقاته نابعة منها وأضحت له مفاهيم تعنى بكل مايثرى الجانب المادى للحياة بعيداً عن الروحانيات الا فى دقائق محسوبة تنقل خلالها بعض محطات التليفزيون صلاة القداس فى أيام الآحاد وبعض المناسبات الدينية الهامة .

والحقيقة التي لا مراء فيها هى أن الإعلام الغربى قد أحسن الإفادة تماما من الثورة التقنية فقد صاحب التطور الضخم في الحضارة الغربية تطور مماثل وربما بمعدلات أسرع في مجال تقنية الوسائل الاعلامية وإن لم يتغير المضمون فقد تغيرت الدوافع والأشكال .

ذلك فى إيجاز ووضوح واقع الإعلام في المجتمعات المعاصرة فماذا عن منطلقات الإعلام من منظور إسلامى ؟ !! .

نحتاج للإجابة على هذا التساؤل إلى مراجعة سريعة لتاريخ الأمة نستعرض فيها الملامح الأساسية لمحطات الصعود والهبوط في مسيرتها الحضارية .

بعد ازدهار دام سنوات طويلة بدأ اضطراب مسيرة الحضارة الإسلامية وتقلصها باضمحلال وتقلص الفكر فأهملت العلوم التجريبية وأغلق باب الاجتهاد وعاد المسلمون القهقرى وتقوقع العالم الإسلامى فى ركن منزو من مسيرة التاريخ الإنسانى المعاصر تعرض خلالها للقهر الفكرى والاضطهاد النفسى القادم مع الاستعمار والاحتلال الأجنبي لبقاع كثيرة ومنتشرة من العالم الإسلامى الفسيح ، ومع الانزواء تخلف الإنسان المسلم في

مواكبة عصره حتى إذا ما عاد لينهض من جديد مع بدايات القرن العشرين لم يجد أمامه إلا حضارة غربية باسقة ذات صفات مادية وسمات علمانية تتربص به وتستعد لغزوه فكريا وعقائديا في أشكال متعددة بدءاً من المساعدة وحتى الاحتلال العسكري السافر الذى عانته جميعا اللهم إلا بعض البلدان العربية التي لم تتعرض إلى الاستعمار ولكن سحقتها الأمية الأبجدية فأثرت في قوة انطلاقها .

وفي ظل انبهار العالم الإسلامى الطبيعى والمنطقى بالحضارة الغربية ووسائل التقنية المتقدمة التي مكنت لنظريات ومفاهيم الإعلام الغربى من الانتشار ولعدم وجود بدائل تضاهيها قوة وعمقا ، تربت كثرة من رجال الإعلام المسلمين على مفاهيم ونظريات الإعلام الغربى فقامت صناعة الإعلام العربي الإسلامي على نفس الأسس والمبادئ والقيم التي قامت عليها تلك الصناعة في بلاد الغرب وبرز جيل من قيادات العمل الإعلامي في العالم العربي والإسلامي مشبعا حتى الثمالة بالأفكار والثقافة الغربية ونشأت أفكار التغريب مغلفة بدعوات التحديث والتحضر فكانت المحنة في الإعلام وما تحمله وسائل الاتصال بشتى تقنياتها في العالم الإسلامى .

وإذا تبينا أن هذا الجيل نشأ في ظل احتلال عسكرى وغزو فكرى منظم لمعظم أقطار العالم الإسلامي أصبح من الممكن تفسير الخلفية الفكرية المسيطرة عليه والمتحكمة في قراراته وأصبحت النتائج أو الثمار التي تقطفها من الإعلام هى نتائج واقعية تتمشى مع تلك الخلفية .

فإذا كنا نشكو اليوم من تيه وسائل الإعلام أو عدم تحرى الدقة أو الصدق أو الأمانة فيما يذاع وينشر ، وإذا كانت الصحف والأقلام تشترى بأبخس الأثمان لعرض وجهة نظر المشترى أيا كانت محقة أو باطلة فهذا كله ناشئ فى اعتقادنا عن غياب التصور الأخلاقي لعقيدة الأمة في النفوس .

وإذا كنا نشكو اليوم من قصص الأفلام الهابطة والمسلسلات التافهة وما تحمله من مضامين في الجنس والجريمة واعوجاج الفكر فذاك نتاج طبيعى لما زرع في نفوس الكثير من القائمين على الصناعة الإعلامية على يد خبراء الإعلام الغربى وأساطينه .

والحديث فيما وصل اليه حال الإعلام الإسلامي حديث طويل ملئ بالشجون كما هو

مفعم بالشؤون ، وليس لنا أن نأسف إذا أسئ استخدام وسائل الإعلام وانحرف مضمونها فالأسباب واضحة والعلاج ممكن .

والقاعدة القرآنية « **إن الله لايغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم** » قاعدة أساسية وأصيلة في العلاج وعلى الطبيب أن يعالج أسباب المرض لا مظاهره .

ولعل سؤالا يبرز هنا :

من أين ينطلق الإعلام الصحيح ؟؟! .

وإذا كانت النتائج رهنا بالمقدمات وإذا كانت الإجابة الكاملة المفصلة والعلمية على هذا السؤال تحتاج إلى بحث علمى عميق نأمل أن ينال اهتمام علماء الإعلام والمتخصصين فيه ، فإننا نكتفى هنا بوضع الاعتبارات التالية كبداية ومنطلق لفهم صحيح لأبعاد الصناعة الإعلامية . ولا ننكر أن هذه الاعتبارات تحتاج إلى من يفصل لها ويسهب فيها .

أولا : ينطلق الإعلام من القيم والمفاهيم التي تسيطر على المجتمع الذى يعمل فيه وعليه أن يخضع في برامجه وخططه لعقيدة ذلك المجتمع وذاك مطلب أساسى وعادل لا يختلف عليه اثنان .

كما أن على التربية بمناهجها وخططها وبرامجها أن تصوغ القيم والمفاهيم الإعلامية وتضعها في إطارها الصحيح متفاعلة في ذلك مع العقيدة الموحية للمجتمع الذى تعمل فيه . فتربية النشئ تربية إسلامية تغرس فيهم القيم الإسلامية الصحيحة وتنمى فيهم نوازع الخير وتؤكد الضمير الإسلامي لديهم ، وكل هذا كفيل بأن يخرج لنا رجل إعلام يتقى الله في عمله ويراعى ضميره فيما يعرضه يخاف على امته من متاهات فتنة الحديث الأخاذ وبهرج الكلام المنمق دون حصيلة وبدون نتاج .

ثانيا : تنظير المبادئ والأسس الإعلامية الحديثة من منطلقات إيمانية صافية وتطويعها للتطبيق العلمى بإرادة قوية وطموح غير محدود .

ثالث : الاستيعاب الحق لتقنيات الوسائل الإعلامية الحديثة علماً وممارسة ولا يقف الاستيعاب الجيد عند هذا الحد بل يتعداه إلى فنون الإعلام وعلومه المختلفة من إخراج وتمثيل وديكور .. الخ .

رابعا : صبغ المضمون والمحتوى الإعلامي بالصبغة الإسلامية والتقليل من أساليب الوعظ المباشر والبعد عن الندوات التقليدية والخروج به إلى رحاب أوسع باستخدام الفنون الإعلامية الحديثة لاجتذاب المشاهد أو المستمع أو القارىء .

خامسا : التركيز على نشر اللغة العربية وآدابها لايجاد حس لغوى وأدبي رفيع عند المشاهد والمستمع والقارىء .

سادسا : الاهتمام الجاد بالجانب الترفيهى الهادف من خلال برامج ومشاهد وصفحات يعنى بإعدادها متخصصون . وذلك لإيجاد البديل الجيد والملتزم .

سابعا : العناية بالبرامج والمشاهد الموجهة للطفل والأسرة والمهنيين وأصحاب الحرف والمهارات .

وتبقى تلك الاعتبارات محل بحث وتمحيص من المختصين في الإعلام والمتخصصين فيه إن قبلوها ووجدوا فيها عناصر جديرة باهتمامهم ونكتفى نحن بعرضها عليهم دون فرضها على فكرهم .

ولعل البداية الصحيحة للبحث عن منطلقات إسلامية للإعلام المعاصر للأمة أن نتعرف بحقيقة أن الإعلام علم وفن هو كباقى العلوم والفنون المعاصرة يعتمد في أساسياته ومفاهيمه ونظرياته على العلوم الاجتماعية الأخرى فيتداخل بعلوم النفس والاجتماع والاقتصاد والعلوم السياسية وغيرها .

ويبقى أن نقرر أن المناداة بما يسمى « إعلاما إسلاميا » تحتاج إلى إيضاح للمقصود الحقيقى لهذه العبارة حتى نزيل ما قد يكون قد علق بالأذهان من اعتقاد في وجود « إعلام إسلامى » بحرفية اللفظ .

فكما سبق القول أن الإعلام ليس علما مستقلا بذاته ولكنه محصلة علوم أخرى أشرنا إلى بعضها ومن ثم فإن القول بوجوب وجود إعلام إسلامى يرتبط مباشرة بوجوب وجود علوم اجتماعية معاصرة تنطلق من مفاهيم وتصورات إسلامية .

وعلينا في مجال الإعلام وفي غمرة المطالبة بوجود إعلام إسلامى أن نميز بين لوازم العصر وأهوائه إذ أن العصر الحاضر له لوازم ومستلزمات لعل على رأسها إتقان السبل ومعرفة الوسائل والتمكن من العلوم والفنون المعاصرة ثم الانطلاق بها إلى الإسلام وتصفيتها من

الشوائب والمتاهات الفكرية ليحل محلها التصور السليم كما أرادته شريعة الله .

أما أهواء العصر فما أكثرها وما أكثر تشعباتها ومنزلقاتها ! وعلينا أن نحذر الوقوع فيها .
المهم إذن ألا نخلط بين الأهواء والمستلزمات في حياتنا المعاصرة .

وعلم الإعلام المعاصر لا يخلو من أهواء العصر ولكنه مليء بمستلزماته وعلينا واجب معرفتها وإتقانها ثم انتقاء الصالح منها وتقويته وإحلال الصحيح محل الخطأ من منظور وتصور إسلاميين .

الإعلام في العالم العربي .. نظرة واقعية

مع بداية القرن التاسع عشر وبالتحديد فى اليوم الثالث من الشهر الثانى عشر عام ١٨٢٨ م عرف العالم العربى ربما لأول مرة إحدى وسائل الإعلام الحديث ، فقد صدرت فى هذا اليوم جريدة « الوقائع المصرية » فى مصر وكان الغرض منها نشر الوقائع والبيانات والبلاغات الرسمية .

ومنذ ذلك التاريخ ولمدة قرن كامل تقريبا ظلت الصحف إلى حد كبير وسيلة الإعلام الوحيدة المعروفة فى الدول العربية بعد أن تعدد إصدار صحف فيها ثم بدأ البث الإذاعي عام ١٩٣٤ م على يد شركة إنجليزية وبمحطة تجارية صغيرة فى القاهرة ثم بدأت المحطة الرسمية وبعدها انطلق البث الإذاعي من مختلف العواصم العربية .

أما التليفزيون فيعتبر أحدث وسيلة دخلت إلى الوطن العربى حيث بدأ فى الستينات من هذا القرن بإرساله العادى ثم الملون .

ورغم أن الدول العربية لم تتخلف كثيراً فى مجال اقتناء وسائل الإعلام الحديثة إلا أن التقييم الموضوعى لها يضعنا أمام واقع مؤلم وتأثيرات سلبية انعكست على حياتنا الاجتماعية والسياسية فيما عدا بعض الومضات المضيئة هنا وهناك .

ونحن هنا لا نؤرخ لوسائل الإعلام العربية ، ولكننا نحاول أن نضع أيدينا على بعض أوجه القصور فى الإعلام العربى التى نفذ منها أعداء الإسلام ليضربوه فى عقر داره

وبأخطر سلاح هو سلاح الإعلام أو لنقل بسلاح الكلمة ، وللكلمة وقع خاص ومدلول عميق .

وليس من قبيل الصدفة أن تكون بداية انتشار الصحافة فى العالم العربى بعقول أجنبية الفكر عربية اللسان وأن يمتلك أغلب الصحف العربية فى مراحل نشوئها أفراد لا يدينون لعقيدة التوحيد فجاء ولاؤهم لغير الله وبدأوا يروجون لنزعات طائفية ودعوات جاهلية ولكى يكتمل العقد استطاعوا أن يستميلوا إليهم بعض الأفراد الذين يحملون أسماء عربية إسلامية ليؤسسوا بهم دوراً صحفية كانت القدوة لأغلب الصحف العربية الأخرى رغم مساوئها[١] .

لقد تنبه أولئك إلى فعالية الإعلام ووسائله الحديثة فى غزو العقول ففتنوا المرأة العربية المسلمة بدعوة السفور والتبرج تحت مبررات التقدم ونادوا بتحديد النسل تحت شعارات اقتصادية وتنموية وعملوا على جذب اهتمام وانتباه عامة الناس بتوافه الأمور فامتلأت الصحف بالأخبار الشخصية والخاصة بالفنانين والفنانات ولاعبى كرة القدم حتى صار النشء لا يرى أفضل ولا أجدر من أن يصبح يوما ما فنانا أو لاعب كرة قدم للهالة والمجد اللذين يضفيهما الإعلام على كل منهما وأصبح إبراز وجه المرأة ومفاتنها قاعدة ثابتة فى وسائل الإعلام لإثارة المراهقين وإغراء المرأة بمسابقات الجمال والكشف عن عورتها .

وبالإمكان القول : إن وسائل الإعلام الموجهة إلى العالم العربى تبنت بصورة جادة وبحرص شديد حملة لتشكيك الشباب بنوعيه فى عقيدته ومنهج حياته والقيم الصالحة فى مجتمعه وقد اتخذت تلك الحملة عدة محاور :

---

(١) هذا القول رغم عموميته لا ينفى وجود صحافة إيجابية برزت مع بداية نشوء الصحافة فى العالم العربى . و« الرسالة » و« المنار » مثلان ناصعان .

المحور الأول : التشكيك فى القيم والمبادئ الإسلامية :

ولم يعلن ذلك مباشرة بل تسلل فى غفلة من فطنة المسلمين ومن خلال ضعفهم إلى بعض العقول والنفوس تحت شعارات مختلفة مثل دعاوى الحرية والتقدم والتمدن ، وأظهروا الإسلام وكأنه لا يؤيد كل ذلك ولا يحث عليه وبلغ الأمر حدًا من التضليل أصبح معه المسلم الملتزم ينعت بالتخلف والرجعية وضيق الأفق ولاقت تلك الشعارات من يدعمها ويؤيدها من بعض من أوكل إليهم أمر المسلمين فحققت لها ما تصبو إليه من السيطرة على الرأى العام وتوجيهه وشغله بما يلهيه .

من يصدق أن أخبار رياضة كرة القدم ، وهى رياضة عالمية لا نقلل من أهميتها إن ظل أمر الترويج لها وتشجيعها فى حدود المنطق والمعقول ، أصبحت تحتل الصفحات الأولى وتصدرها ملاحق خاصة وتفرد لها برامج إذاعية وأخرى تليفزيونية ؟! .. من يصدق أن خبر دعوة فنانة من الفنانات للاعبى أحد الأندية الذى تشجعه فى سهرة خاصة فى بيتها احتل مساحات واسعة على صفحات المجلات والصحف ؟!.

ولم يقف الأمر عند هذا الحد بل ساعدت بعض وسائل الإعلام على نشر دعوات وجودية وأخرى إلحادية وان كانت تسمى بغير مسمياتها .. وحتى يكتمل المخطط عززت كثير من وسائل الإعلام غوايتها للمرأة العربية المسلمة عن طريق بعض ذوى التفكير المريض من بنات جنسها اللائى روجت أقلامهن لبضاعتهن الفاسدة وقيمهن الهابطة وحصرت المرأة فى إطار بيوت الأزياء العالمية وتغيير الموضة من عالم إلى آخر وتقلصت ثياب المرأة فأصبحت تظهر من جسمها أكثر مما تخفيه ، الأمر الذى حدا بكثير من العائلات الإسلامية أن تمنع دخول كثير من المجلات التى تدعى أنها تعنى بالأسرة وشؤونها إلى بيوتها وخاصة إذا كانت تضم شبابا فى سن المراهقة .

وإذا كان من الممكن منع الصحف أو المجلات من دخول تلك البيوت فما الذى يمنع الأغانى الخليعة التى تدعو إلى كل شئ يبعد عن الفضيلة بل إن بعضها يخدش حياء الرجل فما بالك بالمرأة !!؟.

ثم ما الذى يمنع البث التليفزيونى ـ وهو وسيلة الترفيه الأساسية فى أغلب البيوت حاليا من الوصول إلى الأسرة بشبابها وأطفالها فيمكنهم من مشاهدة قصص الخيانة الزوجية وحوادث العنف والسرقة والقتل وتحقيقات الشرطة وحيل المجرمين .

لقد زخرفت تلك الوسائل جميع القيم الهابطة والمبادئ الرديئة فى عيون أبنائنا فما عادت تجدى النصائح أو القيم التربوية التى يمليها البيت وتغرسها المدرسة للتناقض الذى يحسه النشئ بين ما يشاهد ويسمع ويقرأ فى وسائل الإعلام وبين ما تقدمه المدرسة ويقوم به المنزل ، فلقد ذهبت هيبة الأب وأصبح من الممكن أن يكون فى عقول الصغار خائناً أو قاتلاً أو مزوراً أما المدرسة فهى حائرة بين ما تلقنه للنشئ من مبادئ وقيم وما يتلقاه أولئك عن طريق وسائل الإعلام .

أما الدين فيتمثل فى وسائل الإعلام والمرئية منها على وجه الخصوص بذلك الرجل الهزلى الذى يرتدى ملابس معينة وينطق اللغة العربية بطريقة تثير الضحك وهو إما شحاذ أو منافق أو متكالب على الدنيا فى أغلب الأحيان كما صورت وسائل الإعلام ذاتها الرجل المؤمن الملتزم بصورة شخصية ضعيفة ومهزوزة تردد بعض الآيات القرآنية والحكم والمواعظ بطريقة تدعو للسخرية ولا تدل على مظهر من مظاهر القوة والحكمة وبعد النظر والاتزان .

ولم تنس وسائل الإعلام المغرضة أن تطعن المسلمين فى تراثهم وتاريخهم الذى يفخرون به فهى إما أن تدعو إلى نبذه وإهماله بحجة أنه مظهر من مظاهر الانحطاط والتخلف واستبداله بالحضارة الغربية المعاصرة الحديثة أو هى تعمل على إخراجه وإظهاره بصورة مشككة ومهزوزة ومليئة بالخلط والتشويه والمغالطات والتزوير . ومثال ذلك كتابات « جورجى زيدان » فى التاريخ الإسلامي والمسلسلات والمسرحيات التى يقوم فيها ممثلون بدور الشخصيات الإسلامية العظيمة لتظهر ممسوخة ومهزوزة ومشوهة إما لأن الممثلين لا يؤمنون بالعقيدة التى يمثلون أدوار شخصياتها أو أن الهدف من التمثيل الربح التجارى ولا تهم النتيجة . وياليتهم ما فعلوا فلقد كانت صورة تلك الشخصيات فى نفوسنا ونفوس أبنائنا أكبر من تلك الشخصيات الهزيلة التى أظهروهم بها ، ناهيك عن خيال المؤلف الذى يضيف أو يحذف من الحقائق التاريخية وغيرها ما يعجبه أو يروق له . ولكى يحسن

بضاعته فإنه يمزجها ببعض التوابل العاطفية وقصص الحب وأدى كل ذلك إلى ظهور عدد من المسلسلات عن التاريخ الإسلامي تحكى القصة الواحدة بأكثر من طريقة وأسلوب حتى غدت وكأنها « حدوته » تقال كيفما تراءى للمؤلف ، والنتيجة بلبلة المشاهد والصغار على وجه الخصوص .

نحن لا ننكر على منتجى تلك المسلسلات بالطبع أهدافهم التجارية والسعى للربح من وراء تلك الأنشطة ، ولكن ما ننكره عليهم هو عدم إتقان الصنعة من حيث النص والإخراج والتصوير والحوار .. إلخ وغيرها من الوسائل التقنية التى لو أتقنت لظهر العمل بصورة جيدة ومشوقة وبعيدة عن « السفسطائية » والتكلف حتى تستطيع تلك المسلسلات غرس القيم الإسلامية النبيلة فى نفوس المشاهدين مع افتراض حسن النية فى القائمين على العمل ومنتجيه .

وقد بلغ من سطحية بعض وسائل الإعلام التى تصدر فى بلاد عربية إسلامية أن خصصت بعض الصحف فيها زوايا وأركاناً للإسلام والثقافة الدينية تنكمش وتتسع حسب الظروف والمناسبات بينما أفردت تلك الصحف جل صفحاتها للفن والرياضة والأخبار السياسية بصورة مركزة ومشوقة مما يكرس ولو مظهرياً ازدواجية الخط الفكرى العام ، وينتج عنه ضعف الحصيلة الثقافية الإسلامية عند النشء بجانب انتشار بعض الأحاديث النبوية الموضوعة والحقائق المزيفة ، وبرز إلى جوار ذلك زوايا خصصتها بعض الصحف والمجلات المأجورة لتسفيه آراء الجماعات الإسلامية والاستهزاء بأفكارهم وإظهارهم أمام القارئ فى أسوأ صورة وأقبح منظر من حيث التصرفات والأخلاق .

وفى خضم هذا الطوفان المتلاطم ظهرت بعض الزوارق الصغيرة والضعيفة تحاول الإبحار مع تيار الحق والصواب .. تلك هى المجلات والصحف الإسلامية لكن ما يعيبها أنها اتسمت بقلة فى الإمكانات المادية نتج عنها ضعف فى الإخراج وسوء فى الطباعة رغم ما تحتوى عليه من مواد دسمة مما جعلها غير قادرة على الوقوف فى موقف المنافسة مع زخرف الصحف والمجلات الأخرى وجاذبيتها وبهرجها .

ونتيجة لكل ذلك نشأ جيل بل أجيال تعرف عن الإسلام أفكاراً ومعتقدات خاطئة ..

ترى فى التدين تزمتا وفى الالتزام تطرفا وساعد على ذلك وكرسه كما يبدو عدم مواكبة الفكر الإسلامي لسرعة العصر وتطور أحداثه فأصبح الفكر فى واد وممارسة المجتمع فى واد آخر ولم يتمش الفكر مع الحقيقة فى كل ذلك وسط أقلام تستأجر هنا وهناك .

والحديث عن المظاهر والآثار الاجتماعية أو الاقتصادية التى نشأت عن كل ذلك حديث طويل ومتشعب . وأقل ما يقال عن تلك المظاهر الضعف الذى دب فى أوصال الأمة والوهن الذى استحوذ على النفوس مما جعل حضور الأمة فى مواقع الأحداث الدولية قضية مشكوكاً فيها وقدرتها على فرض إرادتها أمراً غير ممكن إلا فى أضيق الحدود .

والمرء لا يملك إلا أن يتساءل :

هل وصل الحال بالأمة العربية والإسلامية إلى ما وصفه الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم ، حين قال :

« يوشك أن تتداعى عليكم الأمم كما تتداعى الأكلة على قصعتها قالوا أمن قلة نحن يومئذ يا رسول الله ؟ قال بل أنتم يومئذ كثير ولكنكم غثاء كغثاء السيل » .

وهل بدأت غربة الإسلام كما تنبأ بها عليه الصلاة والسلام فى قوله :

« بدأ الإسلام غريبا وسيعود غريبا كما بدأ فطوبى للغرباء » .

أم نسمح لأنفسنا ـ كما يرى بعض المفسرين لهذا الحديث ـ أن نفهم الغربة هنا بأنها تعنى سرعة انتشار الإسلام وقوته ؟!.

المحور الثانى : هدم اللغة العربية ومعاناة التعريب :

الإسلام واللغة العربية صنوان لا يفترقان ، فمن أراد تفهم الإسلام عليه بتعلم اللغة العربية ومعرفتها حتى يتمكن من فهم القرآن الكريم واستيعاب المعاني التى وردت فيه ومعرفة الأحاديث النبوية . وهذان المصدران هما أساس العقيدة ومركز الثقل فيها . ولن يستطيع المسلم أن يستشعر عظمة القرآن ويحس جرس اللغة العربية وموسيقاها وبلاغتها فيه إلا إذا كان ناطقا بها ومتمكنا منها .

ولقد عرف أعداء الإسلام ذلك فانتشرت الدعوة إلى نبذ اللغة العربية لأنها لم تعد صالحة للتقدم والتمدن ولأنها أصبحت غير قادرة على استيعاب النقلة الحضارية والمفاهيم الحديثة فى العلم والتقنية وأصبحت اللغات الأجنبية هى المفتاح السحرى للولوج إلى عصر التكنولوجيا .

ولقد تحقق لانتشار تلك الدعوة تشجيع استخدام اللهجات العامية بدلا من اللغة العربية الفصحى فى وسائل الإعلام بحجة أن الفصحى من الصعب فهمها ، وصورت على أنها الشعر الجاهلى والكلمات الغريبة والشاذة وبالتالى فقد سيطرت اللهجات العامية لتكون لغة المسلسلات والأفلام السينمائية والبرامج التليفزيونية ، وأصبح من الصعب أحيانا متابعة برنامج تم إعداده فى دولة عربية بلهجتها المحلية وكأنهم يتحدثون لغة غير التى نتكلمها . والأكثر من ذلك فقد ظهرت دعوة تؤيد أن تكون اللهجات العامية لغة للشعر والأدب والثقافة . أما اللغة العربية الفصحى فقد أصبحت مادة تدرس فى المدارس والجامعات وعلى الطالب أن يستظهر قواعدها حتى يفرغها فى ورقة الإجابة عند نهاية العام وبعدها فهو غير مطالب بشئ .

وقد بدت محنة اللغة العربية فى منطقة الشمال الأفريقى بوضوح حيث عمل الاستعمار الفرنسى على إلغاء اللغة العربية وإحلال اللغة الفرنسية محلها وأصبحت بذلك اللغة الفرنسية هى لغة التعلم ولغة الإعلام وانفصلت الشعوب العربية المسلمة فى شمال أفريقيا عن باقى ديار الإسلام إلى حين وها هى تعود بزخم وحماس من خلال إصرارها على التعريب .

وقد تكون محنة « الفرنسة » أو التغريب التى عاشها المغرب العربى خلال وقوعه فى براثن الاحتلال الفرنسى هى الدافع الحقيقى لحرصه الشديد على نشر اللغة وتأصيلها الذى نلمسه فى الوقت الحالى فهو حريص على التعريب حرصه على دينه وعقيدته . ولا غرابة فى ذلك فالتزام المغرب العربى بجميع دوله بقضية التعريب وقضية اللغة العربية هو التزام أساسى يرتبط بمستقبل استقلال تلك الدول ، وربط قضية اللغة والتعريب بقضية الاستقلال كان ربطا جازما حاسما لا فصل فيه ولا تهاون . وهذا أمر يبشر بالخير ولعلنا نأمل أن يقود مغربنا مشرقنا فى قضية التعريب .

وقضية التعريب وتدعيم اللغة العربية وجعلها لغة العلوم والآداب هى عودة إلى الحقيقة وإقرارها . وقد كان طالب أوربا فى عهودنا الزاهرة يحرص على أن يتعلم اللغة العربية حتى يتمكن من الحصول على العلم من مصادره الأساسية التى كانت تكتب باللغة العربية . وقد دارت الأيام على أمتنا العربية المسلمة فوجدنا أنفسنا فى موقف انبهار حضارى كدنا أن نفقد معه شخصيتنا العربية الإسلامية نتيجة لما رزئنا به من علوم ومعارف بلغات أجنبية ولأننا لا نختلف عن باقى الأمم من حيث قدراتنا ومن حيث تاريخنا فإننا نعتبر قضية التعريب قضية لا نبالغ إذا قلنا : إنها قضية إثبات الذات .

والتعريب يرتبط بشقين : الأول شجون وهذا عائد لنا كأمة تحتاج إلى أن تلتصق بذاتها وأن تبرز شخصيتها وتحدد معالمها بوضوح من خلال تمسكها بلغتها وأصالتها وحضارتها وإعلامها الواعى الملتزم والمتفتح . أما الشق الثانى فإن التعريب عندما نتحمس له ونحرص عليه ونسعى إليه لا يعنى بأى حال ويجب ألا يعنى أننا نعزل أنفسنا عزلة كاملة عن مسارات الحضارة المعاصرة ، ولا يعنى أن نتقوقع وأن نكتفى بتعريب العلوم وتدريسها بلغتنا .. التعريب هنا قضية أساسية وتبدأ بدافع ذاتى كما أسلفت ولكنها فى نفس الوقت يجب ألا تغلقنا على أنفسنا ولا تجعلنا نتكفىء عليها فالعلم فى تقدم مستمر والتقنية لا شئ يوقفها .

ورغم أن الأمر جد خطير إلا أن المعالجة التى تتم حتى الآن للقضية معالجة عاطفية والحديث عنها حديث شجون فقط . ولهذا فإننا نود أن تكون معالجتنا لقضية التعريب

معالجة جماعية مركزة تتم من خلال التنسيق والتعاون والتكامل بين العالم العربى بأجمعه من خلال مؤسساته المتخصصة سواء كانت فى التعليم أو الإعلام ، كما نأمل ألا يصرفنا الاهتمام بالتعريب وقضايا اللغة العربية عن الاهتمام باللغات الأجنبية . ولا أعتقد أن كل من نادى بالتعريب يهدف إلى أن يمنع الأمة أو يقف حائلا أمامها من أن تتعلم اللغات الأجنبية ففى تراثنا المعبر تعبيرا صادقا عن تجربة أمتنا « **من تعلم لغة قوم أمن مكرهم** » والأمم كالأفراد تماما ولابد لنا أن نجيد اللغات الحية ونحرص على تعلمها وأن نستخدمها كوسيلة لنتعرف على النتاج الفكرى العالمى بلغاته الأصلية ونفتح النوافذ أمام أعيننا وأبصارنا وأسماعنا وأفئدتنا لكل ما يصدره العالم المتحضر لكى ننتقى منه ما نحتاج إليه ونسقطه على مسيرتنا الحضارية فى العالم العربى أجمع .

المحور الثالث : هدم الثقة فى وسائل الإعلام :

وقد يكون من الغريب أن تتبنى وسائل الإعلام تلك المسؤولية ، ولكن ما تلبث أن تزول الغرابة إذا عرفنا أن القصد هو بلبلة الرأى العام وزعزعته من آن لآخر وفى ذلك اهتزاز للشخصية العربية المسلمة حتى يسهل غزوها وتكون غير قادرة على أن تملك القرار أو تحكم إرادتها .

فعدم تحرى الدقة فى الخبر أدى الى ظهور المقولة المشهورة « كلام جرائد » حتى لقد أصبح ما يقال غير ما ينفذ فى أغلب الأحوال وحتى غدا الكذب ظاهرة ملموسة فى الإعلام فى العالم العربى .

وقد ظهر الكذب بوضوح فى الفكر السياسى الذى تبنته وسائل الإعلام فى العالم العربى والإسلامي حيث اعتمدت أسلوب التجريح والسب ، وأصبح المقال السياسى هجوما سافراً وكأنه إعلان مدفوع القيمة وأصبحت الحملات الإعلامية على عدو سياسى تستخدم الألفاظ البذيئة ما وجد منها فى القاموس العربى ، وما لا يوجد ثم ما تلبث الصورة أن تنقلب عندما يصبح هذا العدو صديقا فتتحول الشتائم إلى مديح ويتبدل السباب إلى ثناء وتضيع الحقيقة فى كل ذلك وسط أقلام تستأجر هنا وهناك .

هل من الغريب حقا أن يقال : إن هناك نظرية تسمى نظرية الدفاع الخارجي فى أن تشترى دولة ما صحيفة أو مجلة تصدر خارج حدودها تكون مهمتها الهجوم والتجريح فى دولة أخرى !؟.

لقد تكلمت وسائل الإعلام فى العالم العربى كثيرا حول كل شىء لكنها لم تقل أى شىء ففقدت الثقة فى نفسها قبل أن يفقدها الغير فيها ، وتاريخ العرب المعاصر يشير بإعجاب إلى انتفاضة **١٩٧٣** م التى ضحى العرب خلالها وقبلها بانفعالاتهم وأسقطوا التشنجات والصرخات الإعلامية التى كانت الطابع المميز للإعلام العربى وتغلب صوت العقل على ضجيج العاطفة فجاءت الهجمة الإعلامية العربية على العدو الشرس بنفس الزخم والفعالية التى صاحبت الهجوم العسكرى الناجح والمقاطعة البترولية المؤثرة .

وكان درساً جيداً للاستراتيجية الإعلامية العربية أتقنت الأجهزة الإعلامية تنفيذه ، بعد أن نجحت فى التخطيط المتكامل له ثم ما لبثت وسائل الإعلام فى العالم العربى أن عادت إلى سابق عهدها ونسيت العظة ولم تفهم الدرس « كأننا يا بدر لا رحنا ولا جينا » .!!

وفى انتظار فرج قريب بإذن الله به تعيش الأمة واقع إعلامها المؤلم .



غاية الإعلام في المجتمع العربي المسلم

لعل من المهم بادئ ذى بدء التأكيد على الإعلام فى العصر الحديث أصبح يمثل فى جوهره مجموعة من الضرورات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لأية أمة من الأمم فى كل جانب من جوانب حياتها . ولكل من هذه الضرورات مقوماتها وأبعادها فلو أردنا ـ مثلا ـ أن نستعرض الإعلام كضرورة نفسية لوجدنا أنفسنا محاطين بتعريفات ومفاهيم ومعانٍ فى علم النفس والعلاقات الإنسانية وعلم الاجتماع تؤكد لنا الدور الرئيسى والهام الذى يستطيع الإعلام أن يلعبه فى نفوس الشعوب ، وكذلك الأمر بالنسبة لباقى الضرورات .

فالإعلام يمكن أن يكون حافزا للهمم ومفجرا للطاقات ومقويا للعزائم وداعيا إلى الخير بكل معانيه ونابذا للشر بشتى صوره إن أحكم توجيهه وصلحت برامجه ، كما يمكنه أن يقوم بدور المثبط لكل هذه القيم الاجتماعية والمبادئ الإنسانية إن كان الأمر غير ذلك .

والإعلام سلاح فتاك إن أسئ استخدامه فهو يغزو العقول ويتسلل إلى الأنفس ويستولى على القلوب . وقد يحمل فى ثناياه ما يهدم القيم بدلا من أن يدعمها ويزعزع الإيمان بدلا من أن يعمقه ويعوق نشر الفكر المستقيم بدلا من أن يشجعه ، كما أنه قد يجسد ما يبرز فى المجتمع من تناقضات وانفصام بدلاً من أن يزيلها ويقضى عليها .

وللشعوب النامية عامة والشعوب العربية والإسلامية على وجه الخصوص قضية مع

الإعلام يجب ألا نهون من شأنها كما يحسن بنا ألا نبالغ فى بيان أبعادها .

والقضية تنطلق أساسا وبوجه عام من طبيعة ما تؤمن به هذه الشعوب من قيم ومبادىء ومعتقدات تعيش عليها وتتعايش معها وعلى الإعلام أن يتبناها بوسائله المختلفة ويسعى إلى تطوير الصالح منها فيتأثر بها ويعمل من أجلها ، وإذا اختار الإعلام أن يتبنى غير ما تؤمن به الشعوب التى يتفاعل معها ويؤثر فيها أصبح غريب النزعة أجنبى المفهوم وظل مبتورا من جذوره ودخيلا على مجتمعه يعيش ولاء غيره ويخدم أهدافه وينتج عن ذلك انفصام بين الإعلام والمجتمع تكون محصلته الضياع والتفسخ والانحلال .

والشعوب العربية والإسلامية تدين للإسلام عقيدة ومنهجا وتخضع لدعوة الحق والنور قولا وعملا وهى دعوة شاملة لا تخص أمة بعينها ولا شعبا بذاته فهى لجميع الأمم ولكل الشعوب .. هى دعوة للإنسان حيث كان وأين كان ؟ وكيف كان ؟ .. دعوة لا ترتبط بحدود ولا تلتزم بمساحات .. دعوة يقوم الإنسان المؤمن بها برسالة غرس وإبداع لا تعرف للطاقة حدا ولا للفاعلية نهاية .. رسالة الإنسان المؤمن بدعوة الحق والنور هى عمارة الأرض بكل شموها وأبعادها وكل مكنوناتها وأسرارها فهو مستخلف فيها ، هو لهذا مطالب بأن يحقق رسالته عليها ما وسعه الجهد وأن يؤدى دوره ما استطاع إلى ذلك سبيلا .

إنسان هذه رسالته ومجتمع هذه دعوته لابد أن تتحدد فيه للإعلام ملامحه وتتشكل أطره وتتبين معالمه وتتضح منطلقاته فيكون حاضا على العمل البناء وموجها له ومعززا لقيمه الاجتماعية الرفيعة ويكون بذلك معمقا للرسالة ومؤكدا للدعوة .. عندها توضع البرامج الإعلامية لتنفذ بفعالية وجاذبية فتوجه المجتمع بكل طبقاته وجميع عناصره للإنتاج المبدع والجهد المضنى والعمل المتقن كل حسب إمكاناته وبقدر طاقته وقدراته .

والإعلام المعاصر بواقعه الراهن وتقنياته المتطورة وآفاقه البعيدة الواسعة العريضة يجعل من الصعب ـ إن لم يكن من المستحيل أن ينكمش شعب من الشعوب على نفسه وينطوى على ذاته ويتقوقع داخل حدوده دون أن يتأثر بالعالم من حوله ويتفاعل مع الشعوب المحيطة به والبعيدة عنه بكل قيمها وعاداتها وأخلاقياتها .

لقد أخذت وسائل الإعلام المعاصر تتنافس بل تتصارع لبث برامجها ونشر أفكارها مستقطبة كل شعوب العالم لها لتكسبها وبدأنا نرى شتى وسائل الإغراء والتشويق لهذه البرامج وتلك الأفكار حتى بدت وكأنها حرب خفية .. بل هى حرب إعلامية حقيقية بين الأمم تستخدم فيها كل القدرات وتوفر لها كل الإمكانات .. وتحشد من أجلها كل الطاقات ولم يعد يهم إن كان ما يبث من برامج يحمل مفهوما أخلاقيا كريما أو أن ما ينشر من مبادئ ينصاع لعالم القيم الخيرة طالما إنه يخدم أيدولوجية أو يدعم نظاما أو يؤيد زعيما .

ذلك واقع الإعلام المعاصر لا ينكره إلا مكابر ولا ينفيه إلا مخادع أو مخدوع . ومع هذا الواقع وما فيه من صراعات نجد أن لا بديل لتطويع وسائل الإعلام المعاصر وما يمكن أن تبثه من برامج أو تنشره من أفكار لخير عقيدتنا ومبادئنا وألا نقف منها موقف المتشائمين الذين يرون الكأس نصف فارغة .

إن الإعلام المعاصر بواقعه الراهن وما لازمه من تقدم هائل فى مجالات التكنولوجيا وسبل الاتصال يشكل تحديا لمقدراتنا كمسلمين على الاستفادة منه وتوجيهه لخدمة قيمنا وقضايانا العادلة ولعل الشرط المبدئى والأساسى لتحقيق ذلك هو أن نكون صادقين مع أنفسنا ملتزمين بأخلاقياتنا معتزين بشخصيتنا مبتعدين عن المهاترات والترهات فما لذلك خلقنا ولا لهذا نوجه طاقتنا .

لقد أثلج صدرى وأنا صبى صغير أن أقرأ فى مجلة لا أذكر اسمها الآن أن الإذاعة الباكستانية حينئذ جعلت شعاراً لها آية من كتاب الله تقول :

« وقولوا للناس حسنا »

وفى الحقيقة فإن هذه الآية الكريمة تضع الدستور الأساسى للإعلام فى جملة تتكون من ثلاث كلمات : قولوا .. للناس .. حسنا .

إذ ليست غاية الإعلام فى الإسلام غسيل رؤوس العباد حتى تتسع لكل التقلبات .. ولا عملية تخدير حتى تتقبل الأمة أمراً خطيراً ما كانت لتتقبله لولا هذا التخدير ..

إن غاية الإعلام فى الإسلام يجب أن تكون أساسا إرضاء الخالق جلت قدرته حتى ولو لم يرض بعض الخلق وليست إرضاء بعض الخلق بغضب الله عز وجل . فالرسول الأمين صلوات الله وسلامه عليه يقول :

« من التمس رضا الله بسخط الناس رضى الله عنه وأرضى عنه الناس ومن التمس رضا الناس بسخط الله غضب الله عليه وأسخط عليه الناس »

إن مهمة الإعلام هو « القول الحسن » سواء أكان علماً أو خبراً أو عوناً للإنسان على نفسه وترويحا لها ..

« وقولوا للناس حسنا »

هكذا فى إيجاز جليل تتحدد قضية الإعلام .. فإذا تحددت القضية أصبح التشويق من أهم عناصر طرحها .. وبدونه تضيع القضية .

والتشويق هو محور ارتكاز علم « سيكولوجية الإعلام الحديث » ولابد للعاملين فى مجالات الإعلام الإسلامى أن يتفهموا وسائله ويتعرفوا على طرقه كى يكون المردود على قدر ما يبذل من جهد والحصيلة على نفس مستوى العطاء .

أذكر أنى قرأت مرة عن مسلك الباطنية فى الدعاية لأنفسهم أو الإعلام لطريقتهم .. يقولون : إنهم كانوا يصطحبون معهم فى تنقلاتهم مقرئا حسن الصوت فإذا نزلوا بمكان قرأ المقرئ وأنشد فيجذب القلوب إليه فإذا تحقق هذا الانجذاب أخذوا يبدون كل الاحترام والتبجيل لشيخهم حتى يلفتوا الأنظار إليه .. فإذا التفت القوم إليه بدأ يتكلم فيلقى بنصف الحقيقة ويصمت فإذا سئل عن شئ مما قال : قيل للناس اصبروا العام المقبل حتى لا يثقل القول عليكم .. ويمضون والقوم معلقون بهم لا ينسون هذا الصوت الندى ولا هذا الشيخ الجليل الذى يلقى ببعض الكلام ويدع بعضه .. إنه التشويق فى أحسن صورة وكأنهم قد درسوا سيكولوجية الإعلام الحديث .

ومع بزوغ الوسائل الحديثة للإعلام وتطوره كعلم يستمد زاده من علوم النفس والاجتماع والإنسانيات عموما ، أصبح المجتمع العربى المسلم فى شئ من الحيرة تجاه هذا التطور الكبير الذى امتد إلى كل أبعاد الصناعة الإعلامية .. وسيلة وإعدادا ومحتوى وإخراجا حتى لقد أصبحنا نفاجأ اليوم بعلم مكتمل الأصول متطور الوسائل نبت فى مجتمع غير مجتمعنا واكتسب خصائص نبعت مما يؤمن به ذلك المجتمع .

ومجتمعنا لا يستطيع عن هذا العلم غنىً فهو فى أمس الحاجة إليه ومن هنا تبدو الضرورة الملحة للعمل على استنباط إعلام فعال ذى غاية إسلامية .

وربما سهل من مهمتنا أن أدوات الإعلام محايدة .. لا تعرف مذهباً ولا فكراً .. ولا تدين لعقيدة أو مبدأ ، .. وبقى أمامنا أن نستنبت سياسات إعلامنا وأهدافه فى إطار مبادئنا ومنطلقات عقيدتنا متفتحين على كل خير فى إعلام الأمم من حولنا ـ فنحن ـ ولا ضير علينا فى ذلك نعرض برامج صنعت فى بلاد أخرى .. ولكن المهم أن تتضح لأنفسنا الغاية من الإعلام ثم نتفق على وسائله ونمضى فى طريق الاستنبات ونعين أنفسنا فى الطريق بزاد إعلامى أجنبى ننتقيه انتقاء .

حتى فى مجال الدعوة إلى الله ونشرها وتعليم اللغة العربية نحتاج إلى تجديد أساليبنا وتحديث طرائقنا فمازالت عقيمة وبدائية ولم تصل بعد إلى مستوى العصر . وهذا شئ نأسف له ولكنه نتيجة طبيعية لتأخر علوم الإعلام فى أوطاننا .

إن الوقفة التى وقفها بعض فقهاء المسلمين فى أوائل هذا القرن تجاه وسائل الإعلام الحديثة من هدم وتحطيم أو مقاطعة وإعراض جعلت كثيراً من الشباب لا يقبل على تعلم أصولها وطرق تطويرها . وقد آن الأوان أن نقتنع بأن هذه الأدوات محايدة تنقل الفكر كما يملى عليها ولا يهمها من يتبناه .

.. إن الأمر جاد ويحتاج من فقهاء المسلمين أن يتريثوا فى الفتوى قبل أن يحيروا عامة المسلمين معهم . إننا رغم القناعة العامة الآن أن أدوات الإعلام مطيعة تنفذ ما تؤمر به

مازلنا نجد أن كثيرا من الشباب الملتزم بالإسلام عقيدة ومسلكاً لا ينظر إلى الإعلام كصناعة هامة يجب أن يقبل عليها ويتخصص فيها وذلك لترسب الموقف القديم فى قرارة نفسه .

لقد أصبح الإعلام ضرورة ماسة للمسلمين ليس فقط من أجل عملية البناء الاجتماعى والتنمية الوطنية بل أيضا لأمر الدعوة الإسلامية .

إننا لو استعرضنا الإعلام كمحتوى ، لوجدنا أنفسنا أمام مفاهيم رئيسية ترتبط ارتباطا مباشرا بقضية الإعلام . من ذلك مثلا تحديد الوظيفة الاجتماعية للإعلام وتعريف المنهج الذى ينتهجه والفلسفة التى يقوم عليها وكذلك التعرف على العلاقة بين وسائل الإعلام ومنهجه من جهة وبين الحالة الاجتماعية والنفسية للإنسان ومن ثم للمجتمع من جهة أخرى .

إن التعرض لهذه المفاهيم الرئيسية بشئ من التحليل يساهم فى وضع الإطار الصحيح لإعلام فعال ذى هوية عربية واضحة وغاية إسلامية ملتزمة . وهذا ما سوف نحاول القيام به فى الصفحات التالية على أننا نقر أن مثل هذا الجهد جدير بأن يشارك فيه المتخصصون لأنها مسؤوليتهم وهم أقدر دون غيرهم على التصدى لها بصورة جادة وعلمية مستفيدين فى ذلك مما جمعوه من علم ومعرفة ومستخدمين فيه ما يتوفر لهم من وسائل الإعلام المطروحة من صحافة وإذاعة وتليفزيون حتى يشعر القائمون على أمور هذه الأجهزة أن الجميع يقف خلفهم ليشد من أزرهم ويرشدهم إلى الصواب ويعينهم على الحق .



الوظيفة الاجتماعية للإعلام العربي ومنهجه

يظل الإعلام بجميع وسائله فعالاً ما ظل متفاعلا مع المجتمع فإن فقد هذا التفاعل أضحى إعلاما متبلداً وراكداً .. وحتى يكون تفاعل الإعلام مع المجتمع متجدداً وحيوياً لابد أن تتحدد الوظيفة الاجتماعية له وتحديدها يعين على تشكيل الإطار المطلوب .

وعالمنا العربى يتمتع برصيد كبير من أجهزة الإعلام ووسائله وهيئاته ومنظماته ، ومن الملاحظ أن هذا الرصيد مازال يستنزف في استثمارات لا عائد منها ولا ثمرة لها ، ولعلنا نرجع ذلك إلى ظروف وملابسات ... ولعلنا نجد له كثيراً من الأسباب والمبررات إما لإرضاء الضمير أو تسلية النفس أو الاثنين معا .

إن باستطاعتنا أن ندس الرؤوس في الرمال كما يفعل عدد كبير من خلق الله ونلجأ إلى متكأ نرتاح فيه لنجتر أمجادنا الماضية ونفاخر بعهودنا الزاهرة دون أى جهد إضافى يبذل أو عطاء جديد يقدم .

غير أننا آثرنا أن يستيقظ الوعى فينا ونزعج نومنا الطويل بإعلام عربى فعال نتمنى أن توجه طاقاته لحفز الهمم ، ويركز جهده للبناء والعمل ، وتوضع إمكاناته لتنشيط القدرات من أجل التنمية والتطور فما أحوج أن ينقاد عالمنا العربى من التيه إلى الرشاد ! وما أعظم إعلامنا العربى لو توحدت وجهته واتجه بإنسانه إلى هذه الغاية .

وهذه كلمات تختص بالإعلام العربى ووظيفته الاجتماعية في عالم يموج بالقضايا ويزدحم بالأولويات نرجو أن تجد أذنا صاغية وقلبا نابضا وعقلا مستنيرا .

ونطرح سؤالا من شقين :

ماهى الوظيفة الاجتماعية للإعلام ؟!.

وما هو منهجه؟! .

وبدون الدخول في تنظير أو الخوض في فلسفة نسارع إلى التقاط الإجابة المنطقية ـ في اعتقادنا على الأقل ـ على الشق الأول من السؤال فنقول :

إن وظيفة الإعلام الاجتماعية في عالمنا العربى ذات ثلاث شعب :

التربية ....
والتنمية ....
والترويح ....

ولهذا الترتيب أهمية نتبينها بوضوح عندما نعرف أن متوسط نسبة الأميين في عالمنا العربى هو **٧٢٪** وأن الأطفال العرب مابين الخامسة والرابعة عشرة بلغ هذا العام **٤٣** مليونا . ولا شك أن هاتين الفئتين أكثر فئات المجتمع تأثرا بما تروجه وسائل الإعلام المتعددة إذ تنقصها المناعة الثقافية التي تمكنها من التمحيص فيما تشاهد أو التفكير فيما تسمع .

... إذن فالتربية تحتل الوظيفة الأولى من وظائف الإعلام في كل عمل بناء أو منهج فعال إذ هى الأساس في حياة الشعوب فبالتربية تتأصل الأخلاق وتتعمق القيم ويعد الإنسان طفلاً فشاباً فرجلاً ليتحمل مسؤوليته ويؤدى رسالته . وإذا ساهم الإعلام بوسائله القوية المؤثرة مع المنزل والمدرسة في تربية النشء ونشر الفضائل ومحاربة الرذائل فانه يكون بذلك قد أدى وظيفته الاجتماعية أو كاد لأن التنمية والترويح يعتمدان إلى أبعد الحدود على الإعداد التربوى والتأهيل الأخلاقى والتكامل الخلقى بين أفراد المجتمع فلا تنمية دون استعداد وتأهيل وعمل جاد وتضحية كبيرة ولا حاجة لترويح ما لم يكن هنالك جهد

وإجهاد وعمل وبناء . حينئذ تسهل مهمة الإعلام ويتحقق هدفه ويقوم بأداء وظيفته الاجتماعية .

نعود الآن إلى الشق الثانى من السؤال الذى طرحناه في بداية حديثنا ويتعلق بمنهج الإعلام العربى لنقرر أساسا أن لكل إعلام منهجاً يتبعه لتحقيق رسالته وأداء وظيفته ومنهج الإعلام في المجتمع العربى المسلم يجب ـ في تصورنا ـ ألا يخرج عن الخبر الصادق والقصص الهادف والدراسات الوصفية الكلية للمجتمعات وعوالم الطير والدواب والهوام والنقد البناء والتحليل العلمى والأنشطة الرياضية واللفظية والفكرية والتعبير الصامت والبرامج التعليمية وأخيرا وليس آخر الترفيه السليم والترويح الهادف . والتزام الإعلام بمثل هذا المنهج يجعله محققا لهدفه ومؤديا لرسالته .

ووسائل الإعلام المؤثرة والقوية في كل مجتمع هى التليفزيون والإذاعة والصحافة والسينما والمسرح والكتاب والمساجد ومنابر المؤسسات العلمية والتعليمية والنوادى الأدبية والمؤسسات الثقافية . ولك من هذه الوسائل وظيفتها وفعاليتها في المحيط الذى تعمل فيه ويتعايش معها . ومن الضرورى أن يكون عمل كل هذه الوسائل متناسقا ومتكاملا حتى تتأكد الغاية من الإعلام وتتحق رسالته . فإذا كان فى المجتمع صحافة ملتزمة ـ وهذا أقل القليل المطلوب تحقيقه في العالم العربى ـ فإن التزام باقى الأجهزة الإعلامية يصبح أمرا ضروريا لأن عدم التزام التليفزيون فيما يعرضه على المشاهد مثلا يعزل تلك الصحافة عن المجتمع وبالتالي يبدو التناقض في التأثير وتكون النتيجة الطبيعية لهذا حيرة وتخبطاً .. إذن ـ لابد من التنسيق والتعاون بين هذه الأجهزة والوسائل من خلال سياسة ثابتة ومنهج واضح وخطط مرسومة .

وللمنهج الإعلامى ووسائله علاقة أساسية وارتباط مباشر بالحالة الاجتماعية والنفسية للإنسان .

... ولكى نستبين هذه العلاقة وذلك الارتباط دعونا نأخذ جهاز التليفزيون كمثل لأن منهج الإعلام التليفزيونى وما يحويه من خطط وبرامج من جهة يكون أقوى تأثيراً وأشد

ارتباطاً بالحالة الاجتماعية والنفسية لأفراد المجتمع المتابعين لهذا المنهج والمشاهدين للبرامج والمتأثرين بالخطط ولأن التليفزيون يعتبر وسيلة إعلامية ذات أهمية كبيرة وتأثير بالغ فهو يدخل المنازل دون إذن ويشد الناس إليه دون دعوة . وإذا كنا سنأخذ التليفزيون كمثل فيما نود إيضاحه من وجهة نظر حول العلاقة بين المنهج والوسيلة والحالة الاجتماعية والنفسية ، فان ما سنقوله عن التليفزيون يمكن أن ينطبق على باقى الأجهزة الإعلامية في مجتمعنا العربى الكبير مع قليل من الاختلاف في الشكل لا في المضمون .

إن الإطار العام لبرامج التليفزيون يكون عادة معبرا عن مايهدف هذا الجهاز الهام إلى إيصاله للمشاهدين متمشيا في ذلك مع العادات والتقاليد وأسلوب الحياة في المجتمع .

فمثلا نلاحظ في المجتمعات المتقدمة أن معظم البرامج المسائية تهدف إلى الترفيه والترويح ، فالإنسان قد أُرهق طوال النهار في عمل شاق يستلزم حضوره ذهنيا ، لذا تجده في المساء مستلقيا في كرسيه أمام الشاشة الصغيرة مستروحا بقصة فيلم تعرض عليه أو بمباراة تنقل له أو مسابقات خفيفة مسلية يشارك فيها .. وكلها تتسم بعدم احتياج المشاهد إلى تركيز أو إجهاد ذهنى بينما تجد البرامج التعليمية في الفترة الصباحية تشغل معظم الوقت وهى برامج صيغت لربات البيوت والأطفال بحيث لاتتصف بالعمق وإنما هى من قبيل المعلومات العامة المفيدة وهناك بالطبع محطات تعليمية متخصصة تصاغ برامجها من أجل العملية التعليمية يمكن أن يتابعها بعض الخاصة .. ذلك حال الإطار العام للبرامج في المجتمعات المتقدمة تجده متفاوتا بدرجات من مجتمع إلى آخر تبعا للحالة الاجتماعية والوضع النفسي للمشاهد .

ولكن ما هو الحال في المجتمعات الأقل تقدما أو التى تسمى نامية ومجتمعنا العربى واحد منها ؟! .

يبدو أن الأمر غير واضح ويحتاج إلى دراسة شاملة عن علاقة عمق البرامج بالحالة الذهنية للمشاهد حسب طبيعة الفترة الزمنية لبث البرامج وتفاوت الحالة الذهنية للمشاهد أو تعددها بأسلوب أدق حيث تستطيع الدراسة أن تبين كم محطة إرسال يجب أن تكون ؟! واذا كانت الظروف الاقتصادية لاتسمح بأكثر من محطة فأى ذهنية نركز عليها وأى ذهنية

نضحى بها ؟! . وفي كل الأحوال يجب ألا يغيب عن الذهن أهمية الرعاية اللازمة والعناية المطلوبة لفئتى الأميين والأطفال في المجتمع واللتين أشرنا إليهما من قبل . إن كل هذه الأمور وغيرها يجب أن تشغل فكر المهتمين بالإعلام والمسؤولين عنـه والحريصـين على وجهته .

وإذا استبان لرجال الإعلام وللمجتمع الإطار العام للبرامج يبقى الحديث عن محتوى هذه البرامج الشغل الشاغل لكل المهتمين بخط سير الإعلام التليفزيونى كنموذج لوسائل الإعلام الأخرى .

ولعلنا نعين رجل الإعلام باستعراض الخطوط العريضة لمحتوى البرامج التعليمية وبرامج التثقيف الدينى وكذلك برامج الترويح والتسلية وقد جاء اختيارنا لهذه الأنواع الثلاثة من البرامج لأنها ـ في اعتقادنا ـ تشكل الجوهر لما يحويه الهيكل العام لبرامـج التليفـزيون العربى .

لنبدأ بالبرامج التعليمية ...

في اعتقادنا أن الهدف من البرامج التعليمية هو توسيع المدارك وتعميق المفاهيم في فلسفة العلوم واعطاء روح المادة وليس تكرار ما فى الفصل من معادلات ونظريات وتعاريف ولهذا فلا بد أن يسند إعدادها ويقوم بتقديمها أساتذة متخصصون من الجامعات وغيرها ، ويتم اختيارهم من بين القادرين على الالقاء تشويقا وإقناعا . ولأن الموضوع حيوى وهام ويحقق جزئيا وظيفة التربية التى أتفقنا على أولويتها ولأن مادته جافة فان من المهم اختيار طريقة جيدة لإخراج هذه البرامج لتشويق المشاهد وشد انتباهه .

وبرامج التثقيف الدينى ...

ما هدفها ؟ .. هل هدفها تعميق الفكر الدينى وتأصيل الخلق العربى الإسلامي في النفس البشرية أم الغرض منها التنوع . إنها لفكرة خبيثة تلك التي تقطع البرامج الخفيفة والمسلية ليخرج إلينا خطيب أو خطباء يلوكون كلاماً مكرراً يعرفه أى إنسان مسلـم في الشارع وتكون النتيجة سلبية .

نقولها بكل صراحة .. لقد تضاءل دور الوعظ عن طريق الخطبة المباشرة أمام الاتعاظ بمشاهد حية من خلال قصة ذات وقائع تجارب الفساد والتحلل تعرض في التليفزيون . كذلك التفكير في الكون وما ينتج عنه من ايحاءات بعظمة الله وقدرته وتستطيع الشاشة الصغيرة أن تؤكده بعرض أفلام عن عوالم الطير والحيوان والهوام .. نحن هنا نطالب بتعزيز دور الوعظ التليفزيونى غير المباشر ونريد أن تكون كل البرامج وسيلة للاتعاظ والتمسك بأهداب العقيدة .

ولابد أن يفهم حديثنا هذا على أنه ليس ضد برامج التعليم القرآني فهذه ليست برامج وعظية ، ولكنها برامج تعليمية تحتاج إلى إعادة نظر كاملة فكثير من الذى يقدم منها الآن في بعض وسائل الإعلام ليس متعمقا .. إذا لابد أن تقدم برامج حول تعليم القرآن معنى ولفظا وبيانا وعلما وسياسة واقتصادا واجتماعا .. الخ بشئ من الجدية والاهتمام والعمق لا أن يقدم أى شئ حشوا للفراغ أو حتى لايقال : إن البرامج خالية من التوجيه الدينى .

لاشك أن برامج التثقيف الدينى تحتاج إلى دراسة واعية وتفهم أعمق ووسيلة مشوقة وإعداد جيد وإخراج سليم حتى تصبح فعالة وتحقق هدفها في توجيه المجتمع وتربية وتأصيل قيمه .

ويأتى دور برامج الترويح والتسلية ... فماذا عنها ؟! .

بقدر قلة وسائل الترفية الطبيعية كالمتنزهات والحدائق والغابات والجبال الثلجية والصيد والشواطئ المجهزة .. في مجتمع ما بقدر ما تصبح الشاشة الصغيرة سيدة الموقف في عالم الترويح ويصبح لزاما على معدى برامج الترويح والتسلية في المجتمعات الملتزمة بالقيم والأخلاقيات العربية الإسلامية أن يقدموا للمشاهد فترة دسمة فيها من الترفيه والترويح والتسلية ما يجعله يجدد نشاطه ويريح فكره ويزيل عنه الهم والكد ويملأ له وقت فراغه على أن يكون كل ذلك بعيدا عن الإثارة النفسية وخاليا مما يتعارض أو قد يبدو متعارضا مع عقيدة المشاهد ومايدين به من قيم .

وتبقى ظاهرة بدأت تؤثر على كثير من علاقاتنا الاجتماعية في المجتمع العربى تلك هى تكتل العائلات أمام الشاشة الصغيرة كل مساء فالتقوقع الأسرى وعدم احتكاك العائلات

وتقليل الزيارات أمر جديد على مجتمعاتنا . والركود الجسدى لنا ولأطفالنا بالجلوس ساعات أمام التليفزيون سوف يؤثر بدوره على الصحة العامة وربما تنشأ أمراض جديدة قد نسميها أمراض التليفزيون .

وتلك الظاهرة مرتبطة بقيمة الوقت وتقديرنا له .. إن الجلوس أمام التليفزيون لساعات متأخرة ليلا سوف يؤثر على قيامنا لصلاة الفجر وبكورنا للعمل .. يحكى لى صديق مصرى أن هذه الظاهرة أصبحت واضحة فى قرى مصر فالفلاح المصرى الذى كان يقوم في الفجر ويجر بقراته وحماره الى حقله وتأتيه زوجته عندما تنشق السماء عن قرص الشمس أصبح يفيق من نومه بعد طلوع الشمس ويذهب إلى عمله متثائبا .. ولم تعد ترى جلسات الفلاحين على « مصاطبهم » كما كانت من قبل إذ تقوقعت كل حارة أو أسرة أمام شاشة التليفزيون .. ظاهرة جديدة خطيرة لم يدرسها أحد ولم يحاول باحث أن يجد لها حلا .. ولانظن أنها وقف على الريف المصرى بل يشترك فيها الريف العربى عامة .

... المطلوب دراسة واعية لهذه الظواهر والبحث عن الآثار السلبية على العلاقات الأسرية والترابط الاجتماعى وقيم حضارتنا وأهمها قيمة الوقت ثم دراسة بدائل الترويح المختلفة ولا نسقط من ذلك اتساع رقعة « الفيديو » ومقدرة متوسطى الحال في كثير من المجتمعات العربية على شرائه .

وسيظل احتمال امتداد وسهولة التقاط الإرسال التليفزيونى بين دول العالم جميعها عن طريق الأقمار الصناعية التي تجوب الأفلاك وما تحمله من برامج لاتكون بالضرورة خاضعة للمنهج الذى أشرنا إليه أو للوظيفة الاجتماعية التى حددناها ولا تحتاج هذه البرامج إلى إذن لاقتحام دورنا .

نقول سيظل هذا الاحتمال قائما إن لم يكن في خمس السنوات القادمة فلا أكثر من الخمس التي تليها . وعلماء الدين وأساتذة الجامعات ومفكرو الأمة مدعوون للمشاركة في الدراسة بل هى هم مطالبون بها بحكم تخصصاتهم العلمية وريادتهم الفكرية لمجتمعاتهم ولا آخالهم إلاّ فاعلين .

فلسفتنا.. وكيف نحققها في الإعلام العربي ؟

لكل إعلام معاصر فلسفة تتضح في أهدافه وخططه إذ أن الفلسفة هى التى تحدد مجموعة القيم الإعلامية التى توزن بها كل البرامج والخطط وبها تسهل أيضا مهمة الرقابة الذاتية التى تلتزم بها الأجهزة الإعلامية والتى تحافظ من خلالها على توازنها وتحتفظ باتزانها .

وارتباط التخطيط في أى شأن من شؤون حياة أمة ما بالفلسفة التى تنبع من قيم ومفاهيم تلك الأمة هو ارتباط طبيعى يصدق القول فيه على الإعلام كما يصدق على أى أمر من الأمور ، ولكن تأثير الفلسفة على التخطيط يبدو واضحا ويتأكد بصورة مباشرة في الإعلام لأن الإعلام علم وصناعة وفن لايملك المسؤولون الموجهون لسياسته أو العاملون في أجهزته مقدرة إخفاء أعماله أو ستر منجزاته لأنه صناعة مكشوفة وعلم معلن وفن مذاع .

والنظرة العامة إلى الحياة التى يتمتع بها أفراد مجتمع ما تؤثر بصورة أساسية على المفاهيم التى يبنى عليها ذلك المجتمع تصرفاته ، كما أنها تضع بوضوح التصور العام لمجموعة القيم التى تحكمه .. والإعلام ولاشك انعكاس لتلك المفاهيم التى يعيشها المجتمع والقيم التى يطبقها .

والإنسان العربى يملك أساسا ـ بحكم عقيدته الإسلامية ـ نظرة شمولية للحياة يتفاعل من خلالها باستمرار مع ما حوله من دلالات وآيات .

وتنطلق تلك النظرة من إيمان ذلك الإنسان بأنه مستخلف من الله على هذه الأرض لعمارتها ومسؤول عن كل تصرفاته فيها ومدعو للتبصر والتعقل في دروبها ومسالكها والتفكر والتأمل في مظاهرها ورموزها . فكل شئ عليها له سبب عنده وكل قيمة فيها لها معنى عنده . وهذا يشكل ركائز فلسفة الإعلام في المجتمع العربى كما تصورناها .

لقد أصبح التخطيط لإيجاد المناخ الذى تنبت فيه هذه الفلسفة نبتا أمراً في الصميم .. إذ المطلوب أن تظهر القيم الإعلامية التى حددتها فلسفة الإعلام من خلال جهد فنى وعطاء أدبى وعرض سينائى أو تليفزيونى .

والأعمال الفنية هذه لاتبدع في يوم وليلة وإنما هى مؤشر من مؤشرات الحضارة الإنسانية وكثافتها في بلد ما .. إذ أن حركة الإعلام تعمل مع حركة الحضارة في دائرة واحدة .. ينمو الإعلام فتنمو معه الحضارة .. ونمو الحضارة ينمى الإعلام ويطوره .. وهكذا دواليك فى حركة متصلة ومتداخلة يكمل بعضها بعضا .

ولأننا في العالم العربى جزء من أُمة إسلامية نتعايش من خلال عقيدتنا وفكرنا وثقافتنا مع أمم أخرى في العالم سبقتنا بعض شعوبها فى ميادين الأعمال الفنية التى يتخللها الفكر العالمى بتصوراته المتباينة فإن مهمة المخطط في نقطة البدء تصبح أيسر قليلا .. لأننا نستطيع أن نستعين ببعض هذه الأعمال الفنية بعد « تجميعها » من جديد فى قالبنا الفلسفى المختار .

.. في بلاد كثيرة نجد أن معظم منتجى الأعمال الفنية والعاملين في مجالاتها المتعددة ليسوا أصحاب قضية وإن كانوا أصحاب قضية فهى ضد فلسفتنا .. ولذلك فهم ينتجون ولاينشرون ولا يمثلون إلا خبثا فى معظم الأحوال .. بينما توجد قصص يتأصل فيها الفكر العربى الإسلامى نستطيع أن نتبناها إنتاجا يحقق أهدافنا ويكون في ذلك خير كثير لأمتنا .

.. نضرب لذلك مثلا بقصة « بعد الغروب » للمرحوم محمد عبد الحليم عبد الله التى عرضها التليفزيون السعودى منذ مدة .. فقد أظهرت تلك القصة أهمية دور التربية بأسلوب

رائع وأكدت معانى الأمانة والصدق فى الحياة بطريقة موفقة وحاربت في ثناياها الربا والطمع والرشوة بإخراج جذاب وبينت بفعالية أن لا خير في جمع المال الحرام .. حتى لقد كانت في مجموعها مسلسلة تحقق أهدافنا العربية الإسلامية في الخير والحق والعطاء المنتج .

إن ما نحب أن نؤكده هنا هو أن بأمكاننا الاستعانة بالأدب العالمى الرفيع في سبيل نشر الفضيلة والقيم الصالحة .. فنحن أمة تحب مكارم الأخلاق حتى ولو كانت في سيبيريا السوفيتية إن وجدت ، فالحكمة ضالة المؤمن أنىّ وجدها فهو أحق الناس بها .

وتحقيق فلسفتنا الايمانية في الإعلام لايتم الاّ بأداء مهمتين :

مهمة إيجابية ....

ومهمة سلبية...

ولكل مهمة أبعادها ونتائجها :

فالمهمة الإيجابية :

هى إشعاع فكرى إيمانى متبصر ومنفتح يعتنقه ويلتزم به رجال الإعـلام في مختلف مواقعهم ويطبقه ويحرص عليه معدو الخطط والبرامج والهياكل كى يتبلور في قيم إعلامية تعرض على الناس من خلال أعمال فنية مطبوعة أو مقروءة أو مسموعة أو مشاهدة .

والمهمة السلبية :

هى الضوابط التى تمنحها الرقابة الذاتية لنفسها لتستطيع بها أن تزن العطاء الإعلامى من برامج وخبر وقصة وخطة وفيلم .. إلخ . فتمرر منها ما كان موافقا لهذه الضوابط وتطرد ما كان مخالفا لها .

إن التخطيط السليم لتحقيق فلسفتنا يستدعى اختيار الأعمال الفنية العربية أو العالمية المحققة لأهدافنا ليتم إبرازها بصورة جيدة نصا وتمثيلا وإخراجا . وبعد أن يتكامل العمل الفنى في فيلم أو مسلسلة إذاعية أو تلفزيونية لابد من مراجعته للتأكد من أنه لم يشوه عند تمثيله أو ينحرف عن مساره .. حتى الأخبار التي تلتقطها أجهزة الإعلام فى عالمنا العربى من وكالات الأنباء العالمية لابد من تمحيصها وفحص محتواها وتدقيق العبارات التى صيغت

بها قبل نشرها وإذاعتها خصوصا تلك التى تختص بقضايانا العربية والإسلامية .. أذكر أنني قرأت منذ فترة وجيزة خبراً نقلته إحدى وكالات الأنباء العالمية عن انتصار أحرزه المجاهدون المسلمون في أفغانستان الجريحة الصابرة . وقد أشار الخبر إلى هؤلاء المجاهدين بأنهم متمردون وخارجون على النظام ومتزمتون .

وقد نشرت إحدى الصحف العربية بغباء هذه النعوت كما أوردتها الوكالة الموبوءة .. وحرت في تسمية ذلك .. أهو تفريط من الصحيفة أم إهمال .. واستبعدت أن يكون قصداً لأننى غلبت حسن الظن على سوئه .

لعل من ضمن البرامج المفيدة والخطط السليمة ونحن فى أداء المهمة الايجابية لتحقيق فلسفتنا ونشر قيمنا وتعزيز مبادئنا فى أجهزة الإعلام أن نستكتب بعض المفكرين في عالمنا العربى والإسلامى أعمالا فنية مختلفة وتشجيع العناصر الوطنية على الولوج فى هذا الميدان فالثقافة هى أم الإعلام وإذا هبطت الثقافة هبط الإعلام .

من أجل ذلك لابد من الحرص على تشجيع الأعمال الفنية المختلفة من قصص ومسرحيات وشعر وآداب عامة إذ أن خلق المناخ الثقافى اللازم لتطور الإعلام لابد أن يظل هدفا أساسيا نسعى لتحقيقه . ويجب ألا يغيب عن الذهن أن ما تقدمه وسائل الإعلام للمجتمع وما تعرضه أجهزته المتعددة على الأمة هو المؤشر الحقيقى لواقع الثقافة في المجتمع والانعكاس الواضح لمستوى الوعى بين أفراد الأمة .

وحتى تحدث الحركة الثقافية أثرا في الفنون والآداب سوف نضطر لقبول أعمال فنية كاملة سواء من الأسواق العربية بالتعاون فيما بيننا أو من الفنون العالمية وهذه مهمة كبيرة سبق أن أشرنا إليها من قبل بالمهمة السلبية . أى تصبح المهمة ونحن نبحث في الإنتاج العالمى خاضعة لجهاز « انتقاء » ومحاولة اختيار « الأقرب » لتحقيق فلسفتنا وطرد مايناهض قيمنا .

إن هذا « الطرد » يجب ألا يكون منصبا على المناظر الخليعة أو الألفاظ النابية المنحرفة

فقط ، ولكن لا بد له أن يشمل الأفكار العفنة المتغلفة بغلاف القصة المؤثرة أو المتخفية في ثنايا الصورة الباهرة أو زوايا المقال الجذاب أو فى محتوى الخبر المثير ... ولن يستطيع القيام بهذا إلاّ جهاز فكرى من ذوى الثقافة العالية والحساسية الفكرية والنضوج الكامل والاستيعاب الشامل على أن يمارس هذا الجهاز مسؤوليته الكاملة دون قيود وفي إطار العقيدة والقيم والأخلاق العربية الإسلامية ويشكل بذلك الرقابة الذاتية التى تحدثنا عنها في بداية هذا الفصل والتى تقوم بأداء المهمة السلبية لتحقيق فلسفتنا الإعلامية .. لأن انتقاء « الأقرب » لتحقيق فلسفتنا أمر فكرى للغاية .

إن الفكرة الخبيثة قد تندثر أو تتخفى في كلمة براقة أو جملة بليغة أو عبارة راقصة ضمن ما يحمله الأثير أو تنشره المطابع أو يعرضه التليفزيون وإذا لم يرصدها جهازنا الفكرى بدت من بعد ذلك أثرا سيئا على الجمهور .

ولهذا أيضا نعتقد في وجود جهاز آخر لايقل أهمية عن الجهاز الفكرى يتابع الآثار المترتبة على ماتبثه وسائل الإعلام بين الجماهير كأمر ضرورى يقتضيه تحقيق التفاعل بين تلك الوسائل وبين الأمة منعا للانفصام ودرءاً للتناقض ولابد أن يكون قيام هذا الجهاز مبنيا على أسس علمية ويستخدم الأساليب الاحصائية الحديثة في الكشف عن ملاءمة البرامج لمستوى الجماهير ، ومدى الاستفادة منها واقبال الجماهير عليها . فربما كان برنامج ما خادماً لفلسفتنا ولكنه ثقيل الظل لاتقبل عليه الجماهير وتنأى عنه وآخر خفيف الظل ومشوق ولكنه يدحض قيمنا فنطور الأول ونحذف الثانى ..

ان متابعة نتائج هذا الجهاز « الاختبارى » يُكَمِّلُ أداء المهمتين معا كما يمكن أن نستفيد من نتائجه ومما تحمله من معلومات في التخطيط الجديد للبرامج والهياكل الإعلامية ونكون بذلك قد استخدمنا نظرية التحكم الآلى « نظام التغذية الخلفية » في التطور المرتقب للإعلام .

وثمة غاية أخرى نعتبر أنها أساسية أيضا وهى التخطيط لإعداد الكوادر الفنية اللازمة لحركة الإعلام .

إن الإعلام أصبح علما مستقلا له فنونه وقواعده ويدرس في معظم جامعات العالم ومن الواجب تشجيع الشباب على الالتحاق بأقسام الإعلام في الجامعات العربية ووضع الحوافز اللازمة لخريجي هذه الأقسام كي نملأ بهم كل الفراغات والثغرات في الجهاز الإعلامي وإن ضاقت أقسام الإعلام عن تخريج الأعداد المطلوبة وجب توفير الإمكانيات اللازمة لتوسيعها لتستوعب الاحتياج . وتصبح مهمة التخطيط للتعليم العالى في مجالات الإعلام في الجامعات من الأولويات حتى لو اضطررنا لفتح أقسام جديدة للإعلام في الجامعات أو افتتاح أقسام جديدة للمسرح والتمثيل وعلوم السينما في معاهد عالية [١]

المهم هو أن تصبح مهمة التخطيط للتعليم المتخصص في مجالات الإعلام من الأولويات ، وان نحسن إعداد المناهج العلمية والعملية لتدريب الشباب على استخدام وسائل الإعلام وتقنياته المتطورة حتى يصبح قادرا على التحدث بلغة العصر تقنيا وفلسفياً وحتى يكون متمكنا من التعامل مع آخر تطورات صناعة الإعلام وفنونه .

وتوفير الكوادر الفنية في مجال الإعلام بالصورة القائمة في جامعات العالم العربى يحتاج إلى وقفة موضوعية نعتقد أن هذا موضعها إذ لابد من إعلان أو التسليم بحقيقة أن ما يدرس في أقسام الإعلام في جامعاتنا العربية على مستوى مرحلة الإجازة الجامعية « بكالوريوس » غير كاف لإعداد رجل إعلام كفء ومؤهل وقادر على مسايرة هذا العالم وصناعته المعاصرة بشتى منتجاتها وتقنياتها لأن المقررات المنهجية مقصورة على التعرض لرؤوس الأقلام في الموضوعات العلمية المتخصصة في الإعلام دون تعمق وإدراك كبيرين وذلك لأن المقررات الجامعية الأخرى تزاحم مقررات الإعلام في الخطة الدراسية الجامعية لطلاب أقسام الإعلام .

من أجل هذا نعتقد أن خريجي هذه الأقسام لم يعطوا التدريب الكافي في الوقت الذى نحملهم فيه مسؤولية كبيرة في هذا المجال الحيوى والهام .

---

(١) تبنى مؤتمر وزراء الإعلام العرب في دول الخليج فكرة إنشاء أكاديمية لتلك الفنون في اطار تحقيق التعاون الخليجى في مجال الإعلام ونرجو ان تنتقل الفكرة إلى حيز التنفيذ في اقرب وقت .

إننى من المؤيدين لأن لا تقبل أقسام الإعلام طلابا في المرحلة الأولى للدراسة الجامعية وتركز اهتمامها على الدراسات العليا التخصصية في مجالات الإعلام على أن تختار الأقسام طلاب هذه الدراسات من جميع فروع المعرفة والعلم ثم تعدهم إعداد مركزاً وعميقا بالقدر الذى يسمح به الوقت المقرر للدرجة العلمية العليا التى ينوون الحصول عليها .. وفى هذا فوائد لعل من أهمها أن من يقدم على دراسة الإعلام يكون قد تكونت لديه خلفية علمية في أحد فروع المعرفة والعلم كما أنه يكون قد نضج علميا وأصبح قادرا على الاستيعاب المتزن لعلوم الإعلام وإتقان صناعته وبذلك يكون متمكنا من فهم رسالته ومؤديا لها على خير ما يكون الأداء .

كما أن توفير الحوافز المالية والمعنوية لمن يتم إعدادهم من الكوادر الفنية أمر ضرورى حتى تقبل تلك الكوادر على عملها بشغف وتتحمل مسؤوليتها بتفان ويكون عطاؤها مبدعا وتضحيتها مثمرة ويصبح استثمار الأمة فيها مربحا .

إن معدل النمو المرجو فى قطاع الإعلام أسرع بكثير من عملية إيجاد الكوادر الفنية الوطنية اللازمة وخاصة أن المستوى المطلوب عال . وهذه ليست في الواقع مشكلة الإعلام فحسب بل هى مشكلة كل قطاعات التنمية . وهى من أهم العضلات التي تقابل المخطط في الدول التى أغدق الله عليها من فضله فهى تود أن تضاعف معدل النمو الطبيعى ولكن تواجهها مشكلة إيجاد الكوادر الفنية التى تصبح في حد ذاتها مشكلة معقدة لرغبة الإنسان في الخلود إلى الدعة مع وفرة المال ، وما أفاء الله على الناس من خير . وهكذا فمع زيادة المال تأتى الرغبة في زيادة معدل التنمية وتأتى أيضا الرغبة في الدعة .. خطان متعارضان .. ولابد من حل لهذه المعضلة من أجل معدل للتنمية أفضل .

إن من الحلول المطروحة أمامنا لهذه المعضلة نعرضه على عجل الآن دون تفصيل هو عملية « التهجين الاجتماعى عن طريق الاستقطاب والهجرة » وليس في « التعاقد » وهذا موضوع يمس البنية الأساسية لنظم العمل في أوطاننا العربية ومستقبل التنمية فيها ويحتاج إلى دراسة وبحث نرجو أن يقوم به ذوو الاختصاص من المهتمين بهذه المشكلة في عالمنا العربى .

الإعلام العربي .. بين الحاضر والمستقبل

لى صديق يفيض إيمانا وحيوية ويشع حماسا وطموحا ويمتلئ إخلاصا وحرصا ... عرفته وعرفت فيه هذه الصفات وقد جمع معها واقعية نادرة وتفهما موضوعيا لمشكلات الحياة .

وهذا المزيج في الصفات ـ رغم ماقد يبدو فى تلك الصفات من تناقض في الظاهر ـ جعل صديقى هذا متميزاً عندى عن باقى الأصدقاء فكنت أجد متعة في التحدث إليه وفي المناقشة معه لكثير من القضايا التى تنال اهتمامنا المشترك وكانت أفكاره في موضوعات شتى واضحة تارة وغائمة أخرى . كما أن له آراء محددة في أمور ومضطربة في أمور أخرى . وكان يقف أحيانا في مسار النقاش من قضية ما موقفا لايتفق بالضرورة دائما مع موقفى منها ويصل به الأمر في بعض المواقف وكأنه يطبق معى مبدأ « خالف تعرف !! » .

وعلى الرغم من ذلك الاختلاف والتباين في الآراء والمواقف بيننا ، أحيانا ، كنت أعامله بأسلوب « اختلاف الرأى لايفسد للود قضية » وكان هو سعيدا بهذا ، لأن حرصه على صداقتنا لايقل عن حرصى على مودته .

... هذه المقدمة عن هذا الصديق أحسبها ضرورية كى يستطيع القارئ الكريم أن يتابع الحوار الذى دار بيننا حول حاضر الإعلام العربى ومستقبله .

وكعادته في كل مرة ... سألنى ذلك الصديق بعد أن قرأ ما كتبت هنا عن الوظيفة الاجتماعية التى يجب على الإعلام العربى أن يحققها ليحقق بها فاعليته .. بل وجوده وكيانه... سألنى عن مقدار تفاؤلى بمستقبل الإعلام العربى على ضوء ماضيه وحاضره فأجبت الصديق :

ولكن ما فائدة التشاؤم على أى حال ؟! .

إن التفاؤل في الحياة أمر حيوى وهام ، وقد حثنا الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم على ذلك بسلوكه عليه الصلاة والسلام إذ صح عنه أنه كان ينهى عن التشاؤوم ويحب الفأل الحسن .

ولتفاؤلى بمستقبل الإعلام العربى ياصديقى أسباب كثيرة لعل من أبرزها :

* عودة الوعى إلى ضمير الأمة بعد كل ما تعرضت له من غزو فكرى مركز على يد الغازين القادمين من وراء الحدود ، ورغم ما قاسته من انحرافات مذهبية مضللة على يد العاقين من أبنائها من داخل الحدود ... وعودة الوعى هذه تمثلت في يقظة المشاعر الدينية في النفوس وتعميق الإيمان في القلوب وانغمار الأحاسيس بالتقوى ..

.... والإعلام سوف يكون المعبّر عن تلك المشاعر والأحاسيس وخادمها الأمين وسوف يلتصق بها ويمتزج معها وينصبغ بصبغتها إن أراد أن يكون فعالا ومؤثرا وما أظنه الاّ راغبا في ذلك

* الهجمة الشرسة التى تشنها أجهزة الإعلام الموبوءة والمنحرفة والمشبوهة في الغرب الصليبى الحاقد ، وفى الشرق الشيوعى الملحد على العروبة والإسلام تنفيذاً لرغبات الصهيونية ومخططها العالمى .... هذه الهجمة التى تتعرض لها الأمة وتستهدف عقيدتها وقيمها وثرواتها تركت ردود فعل لدى الإنسان العربى خاصة والإنسان المسلم على وجه العموم جعلته يعيد النظر في واقعه ويقيس تصرفاته بوحى من تصرفات الأمم الأخرى نحوه ...

.... والإعلام سوف يكون المدافع عن تراث الأمة وقيمها وسوف يكون الراصد لتحركات المهاجمين الشرسين ... الإعلام هو الذى يفضح مؤامراتهم ويهتك ستر مخططاتهم ويكشف زيفهم ويبين أباطيلهم .. الإعلام هو الذي سوف يرد الهجمة الحاقدة عن الأمة والمستقبل له بإذن الله .

* إن الأمة العربية والإسلامية تكون أكثر التحاما وتضامنا وتنسيقا عندما تشتد عليها الأزمات وتطوقها المصائب ولا أجد فترة من تاريخنا المعاصر أشد قسوة وأكثر ضراوة من الفترة الحالية فالشيوعية تلتهم بأسلحتها الفتاكة حدود المسلمين الشرقية في أفغانستان والغرب الصليبى يستخدم كل قواه للضغط علينا للاستسلام وإسقاط السلاح من أيدى المجاهدين منا .

.... والإعلام العربى وهو صوت الأمة المدوى في الآفاق .... سوف يتفاعل مع عودة الوعى تلك ويتجانس مع تصرفات إنسانه نحو الأمم الأخرى ليشرحها ويبصر بها .. الإعلام سوف يكون حامل رسالة هذه الأمة وثقافتها وآدابها وهو جسرها إلى أمم الأرض الذى تعتبر عليه قضاياها.

.... لهذا كله فان تطلعى إلى مستقبل مشرق للإعلام العربى له مايبرره .

قال صديقى الذى مازال غارقا في تشاؤمه :
ولكن الأمور تقاس ببداياتها « وليالى العيد تبان من عصرها !!» كما يقول المثل العامى ..

انظر إلى واقع الإعلام العربى وأنت تعرف ما ينتظره من مستقبل ... إن الاسباب التى ذكرتها والتى قد تبدو مقنعة لم تحرك ساكنا فما زال إعلامنا خاضعا لرد الفعل ... يترك للآخرين أن يأخذوا بزمام المبادرات لينقاد هو بدوره إلى مايودون منه أن يفعله ... لايقوم بفعل بقدر ما يكون صدى لأفعال الآخرين فمرة تراه ينفى وأخرى تراه يسكت .

.... انظر إلى واقع الإعلام من حولنا فهو اليوم ليس بأحسن حالا من الأمس ... ولن يكون مستقبله بأفضل من حاضره .. فهو مازال يموج بالشعارات ويمتلئ بالصيحات .. تتساقط الفراشات البريئة من حوله .. وتنهزم الأنفس الضعيفة بفعله .. وتتعلثم القيم الفاضلة بتأثيره .. وتتحلل المبادى السامية بتشنجاته .

وفي هذا الخضم وذاك اللجج تصبح قضيتنا الأولى .. قضية الإسلام .. قضية القدس والأرض السليبة في حيرة وتخبط .. وتظل فلسطين الجريحة كبش الفداء .. فترى البعض يصر على تحريرها بالاستسلام والبيانات وقاعات منظمة الأمم المتحدة ومجلس الأمن الدولى . ويوجه إعلامه لهذه الغاية دون فعالية تذكر .. حتى لقد فقدت الكلمات معانيها والعبارات مضامينها والبيانات مدلولاتها . ولم يعد لها تأثير فقد ألفها المستمع وتعود عليها القارئ ومع ذلك فهى تلاك ليل نهار .. وتنشر مع إطلالة يوم وغروب شمس .. ويفعل الإعلام في المجتمع العربى فعلته ويبقى الحال هو الحال وتظل النفس .. كسيرة القلب .. مشلولة الفكر بتأثير الإعلام الضال المضل .

... ذاك هو الواقع المر للإعلام العربى .. وتستطيع أن تقيس مستقبله على ضوء حاضره .

قلت لصديقى وأنا أحاول أن أخفف من وجع الواقع عليه :

أنت تصف لى الواقع وأنا أحدثك عن المستقبل .. أنت تنظر إلى الواقع بتشاؤم وملل وأنا أتطلع إلى المستقبل بطموح واستبشار .. إن في الواقع ـ رغم قسوة وصفك له ـ ومضات من نور ولمحات من ضياء أراها في الأقلام الشريفة التي تغدق من فيضها على صفحات الصحف والمجلات وباقى أجهزة الإعلام العربى .. أجدها في المواقف الكريمة لرجال حملوا المسؤولية وتحملوا الأمانة فصدقوا ما عاهدوا الله عليه وجاء عطاؤهم خيرا لأمتهم وبرا بها .. إن الأمل المشرق في الوجه المؤمنة التى تعمل في بعض أجهزة إعلامنا يعيد الثقة بالمستقبل يوم يطابق إعلامنا الأشواق الروحية لأمته المتعطشة إلى كلمة حق تنشر وموقف يطابق إعلامنا الأشواق الروحية لأمته المتعطشة إلى كلمة حق تنشر وموقف اتعاظ يذاع وقصة للخير تعرض ودعوة للفضيلة تؤكد وحث على العطاء والتضحية من أجل التنمية وعلو البنيان .

... دعنا نقلب صفحات مشرقة من تراثنا لنرى كيف تعامل السلف مع قضية الإعلام فى مجتمعهم لعلنا نستشف ـ نحن الخلف ـ منها العظات ونلتمس منها المواقف لنبصر بها إعلامنا ويزداد تفاؤلنا مع تبصيره ويشرق مستقبله .

دعنا نتصفح قصة للزبرقان بن بدر مع الحطيئة فسوف نجد فيها دلالة على التأثير البالغ والسائد للإعلام وكيف يمكن تحديد دوره فى المجتمع لتتطابق أهدافه مع قيم الأمة .... حدث هذا يوم كانت للشعر دولة وكان هو الأداة الإعلامية السائدة حينئذ .

تقول القصة إن القبيلة المناوئة لقبيلة الزبرقان بن بدر أغرت الحطيئة أن يهجو الزبرقان بعد أن أحسن إليه وأكرمه وآواه .. فكتب الحطيئة قصيدة طويلة ضمنها هذا البيت :

دع المكارم لا ترحل لبغيتها   واقعد فإنك أنت الطاعم الكاسى

وقد كان تأثير هذا البيت على نفس الزبرقان كالخنجر المسموم فثار من أجله وماج .. وانظر الآن لو وصفت بهذا البيت أحداً .. ربما اعتبره مديحا .. ولكن سبحان الله .. لقد تغيرت قيم العباد ومفاهيم الخلق .

.... تقول بقية القصة : إن الزبرقان ذهب يشكو الحطيئة لأمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضى الله لينصفه منه .. فاستدعى أمير المؤمنين خبيرا في الشعر .. هو حسان بن ثابت رضى الله عنه وسأله :

هل هجاه ؟ .. فيقول حسان :
« نعم ياأمير المؤمنين ... لقد سلخ عليه »

.... فيأمر أمير المؤمنين بسجن الحطيئة لتخطيه بالقول القاسى والقذف على فرد من أفراد الأمة ويبقى الحطيئة في السجن مدة طالت عليه فكتب إلى عمر رضى الله عنه يستعطفه بأبيات من الشعر ليطلق سراحه ... لعل أبرزها قوله :

ماذا تقـول لأفـراخ بذى مرخ   زغـب الحواصـل لامـاء ولا شجر
ألقيت كاسبهـم في قعـر مظلمة   فاغفـر عليك سلام اللـه يا عمر

وتلين الأبيات الباكية قلب عمر رضى الله عنه فيعفو عنه ويطلق سراحه ولكن يقول له محذرا :

« كأنى بك ياحطيئة عند فتى من فتيان قريش وقد بسط لك نمرقة وكسر لك أخرى وقال غننـا ياحطيئـة فطفقـت تغنيه بأعـراض الناس ..»

يقول عبد الله بن عمر عمر رضى الله عنه فيما بعد :

« فما مر الزمان حتى وجدته» أى الحطيئة عند فتى من فتيان قريش وقد بسط له نمرقة وكسر له أخرى وقال غننا ياحطيئة .. فطفق يغنيه بأعراض الناس .

فقلت له :
ألا تذكر قولة عمر ... ففزع وقال :
« والله لو كان حيا ما فعلت ..»

لاأدرى لماذا أريد أن استطرد في سرد قصة الحطيئة إلى نهايتها .. ربما لأننى كنت أرجو أن يصل منها صديقى إلى قدر يسير يتعلق بما يجب أن يكون عليه الإعلام في المجتمع والتدليل على دوره . وكيف يتفاعل مع واقع الأمة يعبر عما تتعايشه من تصرفات وما تنطلع إليه من قيم .

المهم .. أننى وأنا أقص القصة للصديق المتشائم كما روتها لنا كتب الأدب من أجل الاستمتاع أجد عبراً كثيرة فيها :

... أجد الفاروق عمر رضى الله عنه يعد بقطع ألسنة الذين يستخدمون أداة الشعر في التجريح والتنكيل الأدبى بالشرفاء من الناس .... فنراه رضوان الله عليه عندما أبكته أبيات الحطيئة التى أرسلها له من السجن أمر بإحضاره وعندما حضر قال لمن حوله :

« **آتوني الطست .. آتوني السكين** »

فيرتعد الحطيئة متسائلا :

« **ماتفعل يا أمير المؤمنين ؟!**»

قال :

« **أقطع لسانك حتى لا تعود لمثلها** »

فبكى الحطيئة واستعطف حتى عفا عنه أمير المؤمنين .

قال صديقى وقد استمع إلى القصة باهتمام :

ولكن ماذا تريد أن تثبت ؟ قلت :

لقد كان الفاروق عمر رضى الله عنه حريصا على أن يضع العقاب الزاجر للألسنة السليطة التى تستخدم ما وهبها الله من قدرة على التعبير والبيان لتحطم به سمعة الشرفاء وتلوك الأعراض .. كأنى به رضى الله عنه وقد حدد بذلك العمل مع الحطيئة شروط المهنة .. بل أخلاقياتها وقواعد ممارستها .

لقد كان بيت الشعر الذى قاله الحطيئة في الزبرقان نوعا من الممارسة الإعلامية التى قد نجد فيها بعض أوجه الشبه من جزء من الواقع الذى أشرت إليه ولكن الفاروق رضى الله عنه ضرب لنا مثلا في منع ذوى الأهواء الشخصية والمغرضين من تلك الممارسة .

وإذا كانت القصة قد بينت لنا الدور المؤثر للشعر كأداة من أهم أدوات الإعلام ووسائل الاتصال في المجتمع العربى المسلم قديما ، فإنها أكدت سمات الخلق الإسلامي وكيف يجب أن يمارس في الإعلام ليؤدى وظائفه وتأثيره على قيم المجتمع ويعرف الحدود التى يتحرك فيها ؟ وإذا ما تحقق ذلك ... فأبشر ياصديقى بمستقبل وضاء لأمتنا على يد إعلامنا الملتزم .

قال صديقى وقد خفت حدة التشاؤوم ولاحت بعض بوادر الاقتناع على وجهه .

هذا صحيح .. ولكنى لا أجد الشبه بين الليلة والبارحة ...

قلت :

ألا ترى معى أن اللقاءات المستمرة والمنتظمة بين القائمين على أمور الإعلام في وطننا العربى وما نراه من مظاهر التعاون والتنسيق بين الأجهزة العاملة في المجالات الإعلامية كفيل بتحديد المسار الصحيح والمنهج القويم إذا خلصت النوايا وصدق العمل واتجه إلى الله .. قلت ذلك لصديقى وتركته « نصف » متشائم بعد أن كان غارقا في التشاؤم وتمنيت لو أننى نجحت في اقناعه تماما .



الضجيج والسحر في الإعلام العربي

إذا كان الشعر قد احتفظ بمكانته فى مجتمعنا المعاصر كأرق وسائل التعبير عن خلجات النفس ومشاعر الأفئدة ومخاطبة الضمائر ، فإن النثر المقروء أو المسموع ما زال يحتل المكانة الأولى من حيث التأثير الذى يتركه في المجتمع .

والكلمة ـ منثورة أو منظومة ـ تلعب على وجه العموم دوار هاما وخطيرا في إيضاح الحقيقة أو إخفائها ... بل وحتى دحضها أيضا .

... الكلمة تستطيع أن تصور الحق باطلا ـ ولو لفترة وتقدر أن تعيده إلى نصابه ولو بعد حين .

... الكلمة هى أسلوب التعبير عمّا يعتمل به الخاطر وتنطوى عليه النفس ... وهى بليغة إن وضعت فى موضعها ومؤثرة ان قيلت فى وقتها ... وتضع قائلها في موقف لا يحسد عليه إن لم يحسن اختيارها .. أو لم يرد في الأثر :

« رب كلمة تقول لصاحبها دعنى »؟

... ليتنا نعى الحكمة وراء هذا القول ونتبصر لماذا لايعلم إلا قليل منا وهم الحكماء بيننا كيف ومتى يكون الاستخدام الجيد والفعال للكلمة ؟ .. الحكماء هم أولئك الذين يعرفون التأثير الذى قد تتركه عبارات تطلق دون عنان ...

الحكماء منا هم أولئك الذين يستشرفون في أعماقهم قول الله تعالى :

« ألم تر كيف ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء ، تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها ويضرب الله الأمثال للناس لعلهم يتذكرون » .

« صدق الله العظيم »

يضعونها موضع التطبيق لتكون معيارا لما يقولون بعد أن بينت لهم الآية الكريمة معالم الطيب من القول .

وهم الذين يتلمسون في قول الرسول المعلم محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم :

« وهل يكب الناس في النار على وجوهم إلا حصائد ألسنتهم »

نبراسا يهتدون به في ظلمات الخبيث من القول وفتن الحديث .

ويبدو أن ارتفاع الأصوات بالكلمات عند التحدث أو النقاش أو المجادلة غدا ظاهرة تخص شعوب العالم المتخلف أو من يسمونهم تأدبا بالشعوب النامية ـ دون سواهم من شعوب الأرض .. ويبدو أن أمتنا العربية أكثر تلك الأمم تعلقا بهذه الظاهرة وتمسكا بممارستها حتى كادت أن تصبح صفة من صفاتها وكأنها لاتجيد الحديث بصوت منخفض .

.... ترانا كأفراد وحتى كدول نختلف بصوت مرتفع . وإذا اتفقنا فبصوت منخفض .. ظاهرة غريبة تستحق التأمل وتستوجب إعادة النظر حتى يمكن الاستفادة منها واستخدامها في جمع الكلمة بدلا من الفرقة ولم الشمل بدلا من التشتت .

إن ظاهرة الصوت المرتفع تبدو واضحة خارج الحدود عندما تختلط شعوبنا بشعوب العالم المتقدم فأنت إذا سمعت في مكان هادئ أصواتا مرتفعة تتجادل أو تتحاور أو حتى تتحدث

فلا تندهش إذا اكتشفت أن أهل هذه الأصوات من أبناء الشعوب النامية كما أن احتمال أنهم عرب وارد .

واختلافنا بصوت مرتفع ليس له في حقيقة الأمر سبب مقنع حتى وإن كانت البيئة تقتضى رفع الصوت والخلفية الاجتماعية تشجع عليه إلا أن العقيدة الدينية لا ترتضيه ولذلك فإن من يبحث بشيء من الروية والموضوعية والعمق في ملابسات صراخنا كمظهر من مظاهر الخلاف بيننا يرى عجبا .. فالأمر لايخرج عن أننا نتكلم أكثر مما نسمع . ومن يتكلم أكثر مما يسمع لن يجد دائما من يستمع إليه وسوف يستنزف كل طاقته في الكلام وقدرته فيه فيكون الكلام بديله عن العمل المثمر والعطاء المنتج والفعالية الرائدة .

ويبدو أن إعلامنا اكتسب صفات شعوبه فعلا ضجيجه وارتفع صوته وقد يسأل سائل وما وجه الغرابة في ذلك ؟!... الضجيج العالى والصوت المرتفع من سمات الإعلام الحديث ..

ولا اعتراض على هذا القول إذا كان ذلك الضجيج والصوت الإعلامى المرتفع يقع ضمن منهج واضح وخطة مرسومة تهدف إلى قول الحق والجهر بالصدق فتلك غاية الإعلام وذاك مبرر وجوده .

... لا اعتراض لنا أن يرفع إعلامنا صوته بأعلى طبقاته وبشتى وسائله وأساليبه إذا كان ذلك لدفاع عن قضايا أمتنا العادلة والسعى إلى ضمد الجراح وجمع الشمل وحفز الهمم والارتفاع بالأداء وشحذ الفعاليات من أجل التطور والنماء .

وما أحوج أمتنا إلى العمل الجاد الصامت ! وهى الغنية بالمواهب والثرية بالحكماء وما أعظم إعلامنا لو انحاز لهذه المهمة وشارك في العبء وتحمل المسؤولية !.

أتصور لو أن نصفنا سكت بحكمة وعمل بجد ، لكنا من شعوب العالم المنتجة ولأصبحنا أمة فعالة حتى وإن ظل النصف الآخر يتكلم دون أن يعمل .

... عندما تعرض « ريتشاد نيكسون » رئيس الولايات المتحدة الأمـريكية الأسبـق لزوبعة الفورة الطلابية ودواماتها أثناء انغماس أمريكا في حرب فيتنام في أواخر الستينات وارتفعت مع تلك الفورة أصوات علا ضجيجها .. لم يجد بدا من اللجوء إلى الصامتين من بنى قومه ممن أسماهم بالأغلبية الصامتة .. اتجه اليهم لشرح مواقفه من سحب القوات الأمريكية من فيتنام وتصفية الحرب .. وقد كان ذكيا بحق عندما فعل ذلك فقد استطاع استغلال سكوتهم ليتغلب على هرج ومرج الطلاب .. ونجح فى أن يستقطب الوضع لصالحه وصالح حزبه رغم النهاية المشينة - من وجهة نظر الشعب الأمريكى نفسه على الأقل - التى وصل اليها ذلك الرئيس الأمريكى لأسباب داخلية معروفة .

والإعلام يحترف الكلمة بشتى صورها والعاملون فيه هم صناع الحرف والمتكلمون به ومقدرتهم على القول كبيرة ويستطيعون عمل المعجزات لو أنهم طوعوا مواهبهم واستخدموا طاقاتهم في النافع من القول .

... الكلمة هى وسيلة الإعلام الأولى وحرفته ، لذا فإن تأثيرها على العقول أقـوى وفعاليتها في النفوس أعمق ولابد أن توزن بموازين الحكمة والفكر الناضج قبل أن تقال أو تنشر أو تسمع .

إن من السهل أن نتبين تأثير البيان وأثر البلاغة على السامع والقارئ فى أى لون من ألوان المعايشة بين البشر وليس أبلغ في التدليل على ذلك من قصة من التراث روتها كتب الأدب العربى لعل من المناسب سردها لنستروح عبق النبوة وصفاء الحكمة وعمق الرشاد .

تقول القصة كما رواها « ابن عباس » رضى الله عنه أن الزبرقان بن بدر وعمر ابن الأهتم قدما على رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال الزبرقان يقدم نفسه لرسول الله:

« يارسول الله ، أنا سيد تميم ، والمطاع فيهم ، والمجاب منهم ، آخذ لهم بحقهم ، وأمنعهم من الظلم ، وهذا يعلم ذلك .

مشيرا إلى عمرو بن الأهتم :

فوقف بن الأهتم وقال :

« أجل يارسول الله . إنه مانع لحوزته مطاع في عشيرته ، شديد العارضة فيهم . وسكت »

فلم يعجب الزبرقان ما قاله ابن الأهتم فوقف فقال :

« يار رسول الله . أما إنه والله قد علم أكثر مما قال ، ولكنه حسدني شرفي ! »

فغضب ابن الأهتم ، من رفيقه الزبرقان ، وعاد إلى الوقوف مرة ثانية ، وقال :

...« يارسول الله ، أما لئن قال ما قال ، فو الله لقد علمته ضيق العطن « أى بخيلا) زمن المروءة (أى بالى) ، أحمق الأب ، لئيم الخال ، حديث الغنى » وجلس !

وبسبب تناقض كلام عمرو بن الأهتم بين يدى الرسول عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم ، وانتقاله من مديح الزبرقان إلى هجائه في جلسة واحدة بدت علامات عدم الرضا واضحة على وجه رسول الله صلى الله عليه وسلم ، وفهم ذلك كل من كان في مجلسه واتجهت الأنظار إلى ابن الأهتم فسارع إلى القول :

« لا تغضب يارسول الله .. والله لقد رضيت فقلت أحسن ما علمت .. ولقد غضبت فقلت أسوأ ما علمت .. ووالله ما كذبت فى الأولى ولقد صدقت في الثانية »

فتهلل وجه رسول الله صلى الله عليه وسلم ، وقال كلمته المأثورة الخالدة التى ذهبت مثلا :

« إن من البيان لسحرا !»

... وحقا إن من البيان لسحرا .. فللنفس البشرية جنبات مختلفة وزوايا متعددة يستطيع المصور البارع أن يلتقط صورته من جانب من جوانبها وزاوية من زواياها فيركز بذلك على

طبع في الأنسان أو خلق فيه فيبدو التركيز لسامع أو قارئ أو مشاهد على الطبع أو الخلق الذى ركزت عليه آلة التصوير .. والأمر من قبل ومن بعد يعتمد على حسن فطنة السامع أو القارئ أو المشاهد وأمانة المصور .

تلك هى النظرة الجزئية للإعلام ووجه الشبه كبير بين عدسة المصور ووسيلة الإعلام إذ يبدو الإعلام في نظرته الجزئية وكأنه يقوم بدور المصور فيلتقط زاوية من زوايا موضوع ما ويركز عليها تركيزا شديدا ، ويغفل نقاط الضعف في الموضوع أو يهون من شأنها حتى يملك على المشاهد كل نفسه ومشاعره فلا يرى فى الأمر إلا مظاهر القوة بكل أبعادها كقصة الأعمى مع الفيل التى روتها لنا جداتنا ونحن صغار فقلن :

« إن الناس قد طلبوا من مجموعة من العميان أن يصفوا لهم الفيل .. فلما تحسس العميان الفيل تخيله كل منهم خيالا خاصا فجاء وصفهم متباينا مختلفا ... فقد جمع كل منهم إحساساته وصنع منها فيله الخاص .. فجاءت الفيلة في وصفهم عجبا من العجب فانظر إلى فيل بقرة وانظر إن شئت إلى فيل جمل .. ولكن فيل الحقيقة لم يصبه أحد .. لقد قصرت الأحاسيس الجزئية عن إدراكه »

إن من المؤثر حقا أن تلك النظرة الجزئية أصبحت الوسائل الثابتة للإعلام في عصرنا ومن أظهر سماته . والنظرة الجزئية هذه لا تعنى بالضرورة الكذب البواح في وسائل الإعلام ولكنها تتحدث عن ظاهرة « السحر » في الإعلام كما عبر عنها رسول الله صلى الله عليه وسلم .

فمن السحر أن يوهم السحرة الناس بشئ ما فيركز الناس أبصارهم على زاوية بعينها ويتحدد تبعا لذلك التركيز انطباع لديهم يريده السحرة أن يستقر ويرسخ ويصبح هذا الانطباع كبيراً بحيث يغفر لكل جوانب القصور في الموضوع .

دعونا نضرب مثلا من واقعنا المعاصر ..

في بداية الستينات كانت وسائل الإعلام المصرية تبذل جهدا فائقا في التركيز على الزوايا الحسنة في مشروع السد العالى وأغفلت تماما النواحى السيئة هندسيا واقتصاديا للمشروع بحيث أصبح الرأى العام فى مصر آنذاك لا يرى إلا الجانب الحسن من هذا المشروع والآن بدأت النواحي السيئة تظهر وعاد الحديث عنها بصورة علنية ... ليس هذا فقط بل اتضح أنه كان هناك من الأساتذة وخبراء هندسة السدود من كتب للدولة ينصحها ألا تقدم على هذا المشروع نذكر منهم على سبيل المثال الدكتور « على فتحى » عميد كلية الهندسة الأسبق بجامعة الاسكندرية ولكن سحرة الإعلام أغفلوا كل هذا ليحملوا الناس على الإيمان بالمشروع الجديد .

هذه النظرة الجزئية إن لم تُتَقَّ من الكذب البواح ، فإنها تصبح نظرة مرضية نجد أن من الواجب على إعلامنا العربى أن يتحاشاها ما وسعه الجهد ولا يجارى فيها الإعلام في العالم الغربى حيث يتميز ذاك بظاهر السحر التى تصل إلى حد الافتراء بفعل التأثير الصهيونى عليه . وعلى إعلامنا أن يستبدلها بنظرة وظيفية فعالة صادقة وصحيحة . إذ أن النظرة الوظيفية في الإعلام صحيحة ولا غبار عليها .. وإسقاطها على حياتنا العادية يكون في اعتقادنا مجاريا للمثل التالى :

« إذا سألك أحد رأيك في فلان من البشر فعليك أن تستبين منه الهدف من سؤاله عنه .. فربما تبين لك من خلق فلان هذا مايحقق الهدف الذى يسعى إليه السائل أو الوظيفة التى يريدها له إذ ربما عرفت الرجل ذكيا ولكنه جبان فهو يصلح لأمر ولا يصلح لآخر » .

إذاً فالتركيز هنا يكون على خاصية تتعلق بصلاحية أمر ما لمهمة معينة وهذا شئ مشروع لاغبار عليه وعلى إعلامنا العربى أن يؤكده .

إن توظيف الإعلام لخدمة أهداف الأمة يسبقه عادة إعداد من الأمة لقائمة أولوياتها في الحياة ليسير الإعلام في نظرته الوظيفية مواكبا لها وليتحرك بوسائله المتنوعة في إطارها فيأتي التركيز محققا للأهداف ويصبح الإعلام فعالا ومثمرا .

ليت إعلام أمتنا يبصر واقعها ويتبصر فيما يعود عليها بالنفع والفائدة فلا يستبدل الذى هو أدنى بالذى هو خير ... ليته يستغنى عن صراع الشعارات بحوار الأفكار فالاختلاف بين الأمرين واضح ... ليته يدرأ فتن الشعارات بحوار الكلمة الطيبة ونضوج الفكرة الهادية وسماع الرأى المخالف حتى يتضح الحق ويستبين الصواب والله وحده الهادى إلى الطيب من القول وإلى صراط حميد .



الإعلام .. موقف

لا أدرى لماذا أستهل حديثى في هذا الموضوع بذكر قصة من التراث تقول إن عربيا تباهى يوما بسهمه الذى يملكه ، فقال : إنه أرسله مرة فى أثر ظبى شارد فما زال الظبى يروغ والسهم يروغ وراءه والظبى ينزل والسهم ينزل خلفه والظبى يصعد والسهم يصعد في أثره حتى أدركه أعلى الوادى فأرداه ...

هذا « الفشار »[1] العربى القديم لو قال هذا الكلام اليوم لربما وجد من يصدقه ... فالصواريخ الموجهة بنظم التحكم تروغ وراء الطائرات وتروغ منها الطائرات ... ولاتزال هذه تروغ والصواريخ تروغ وراءها حتى تنجو الطائرات أو تدركها الصواريخ في مقتل .... هذه إذن قصة محتملة التصديق في عصرنا الحديث .

ولكن « فشارنا » القديم كان يطلق « فشرته » غير مستح أن يكذبه الناس .. ولا ضير عنده أن يعرف بالكذب عند العقلاء ويتندر به الغلمان .. ولا ضير عنده أن يتضجر من قولته تلك معظم قومه ولا يصدقه منهم إلا المعتوهون والمجانين .

---

(١) لم نجد في « لسان العرب » لابن منظور مايشير إلى عربية هذه اللفظة رغم شيوع استعمالها في اللهجات العربية الدارجة ومع ذلك آثرنا استخدامها لأن المعنى الذى تعطيه عميق والمفهوم الذى تعكسه واسع فالفشار هو ذلك الإنسان الذى يظل يكذب بمبالغة وتضخم حتى يصبح التضخم والمبالغة عادة متأصلة فيه .

ولكن لماذا أستهل حديثى عن « الإعلام .. موقف » بهذه القصة من التراث ؟! ربما لأننى أردت أن أدلل بها أن حلم الإنسان المغرق في الخيال أصبح حقيقة وأن أدلل وأن الحضارة المعاصرة بتقنياتها المتقدمة ومعداتها المتطورة أصبحت قادرة على مجاراة الخيال بل إنها في سباق رهيب مع الخيال .. فلم يعد هناك في ساحة العلم والتقدم التقنى متسع لمستحيل إذا اقتضت إرادة الله تحقيقه .

والإعلام بتقنياته ومحتواه جزء من حضارة العصر وحقيقة تلعب دوراً هاماً وخطيراً في مجريات أحداث العصر .

ولقد تحدثنا عن السحر والضجيج في الإعلام من قبل ، ولكننا لم نتحدث عن « الفشر » والكذب والمبالغة والتضخيم وما يشتق منها من مترادفات وصفات تكاد تصبغ معظم الإعلام في بلاد العالم الثالث إلا ما رحم ربى .

الفرق بين السحر والكذب في الإعلام بيّن وواضح فظاهرة السحر فى الإعلام ظاهرة معقدة وتحتاج إلى معرفة وعلم ... وأهل الغرب قادرون على ذلك مجيدون له ولهم القدح المعلى في علوم النفس والاجتماع حيث استخدموها استخداما مبينا في الإعلام وجعلوها أداة طيعة بحيث توجه في يسر عجيب ملايين الناس إلى حيث يريد السحرة من وراء ستار .

ولكن هذه القدرة العجيبة لا تملكها أجهزة الإعلام في العالم الثالث ... ولذلك فكثير من إعلام العالم الثالث فج فى وسائل « الفشر » والكذب وغليظ في طريقة التضخيم والتهويل بحيث يظهر لأى عاقل ما تبثه تلك الوسائل على حقيقتها « فشرا » وكذبا وتضخما وتهويلا .

أذكر عندما كنا طلبة ندرس في الخارج في أوائل الستينات من القرن الميلادى الحالى كيف استطاعت بعض أجهزة الإعلام العربية الدؤوبة أن تمثل لنا أفكاراً غريبة عنا برزت وعقائد دخيلة علينا وفدت وأعمالاً وإنجازات تحققت في تلك الفترة على أنها قمة الحضارة

والتطور وأنها الأمل المرتقب للخلاص من التخلف . والحق لقد استهوت تلك الدعايات المكثفة الكثير ونفخت فيهم روح العزة نفخا عظيما .. حتى إذا أدركت من نفوسهم وعواطفهم مبلغا عظيما ذهب كل شيء في لمح البصر وتحطمت نفوس عشقت السراب وضاعت آمال بنيت على الوهم .. وولت قصور أنشأها أصحابها على الرمال ....

إن عمر الكذب قصير .. والصغار سيكبرون ويعرفون الحقيقة وهذا ما كان .

إن على المتصدين للعمل الإعلامى العربى صياغة وبرمجة وتنفيذا أن يدركوا انعكاسات الكذب والتضخم والتهويل على نفوس الأمة وما قد يترتب على ذلك من فقدان الثقة وخيبة الأمل وضياع المصير .. وعليهم أن يدرسوا تاريخ الإعلام العربى المعاصر ويستشفوا منه العظات ويتعلموا منه المواعظ .

... وقضية الإعلام تتلخص فى موقفين أخلاقيين :

... موقف يتعلق بصاحب الدعاية ورجل الإعلام .

... وموقف رجل يتعلق بالسامع والقارىء والمشاهد .

... فموقف رجل الإعلام الصادق ألا يزكى نفسه ولا شعبه ولاحكومته بما ليس فيها ولا يضخم إنجازات قومه ويكبرها ويضخم مساوىء غيره من الشعوب والمعارضين ويقول فيهم ما ليس منهم في شيء .. الأصْل أن يقول للناس حسنا .. وهل من الحسن الكذب والخداع والتضخيم والتهويل ؟ .

... هكذا ترى يا أخى القارىء أن الإعلام .. موقف أخلاقى أولا وآخر .. وموقفنا نحن المسلمين هو موقف الإسلام : لاكذب ، لاافتراء ، لا سخرية ، لاهمز.. ولا لمز . لاتطفيف ، لاتقوّل ، لا إزدراء .

... كل قاموس الأخلاق الإسلامي هو قاموس الإعلام الإسلامى وغير ذلك باطل وممجوج .

هذا موقف رجل الإعلام .... من الإعلام .

إما موقف السامع والقارئ والمشاهد منه فهو القاعدة القرآنية الرائعة

« ولا تقف ما ليس لك به علم إن السمع والبصر والفؤاد كل أولئك كان عنه مسؤولا »

صدق الله العظيم

إذن فالإسلام لايعترف بمتلق لا وعى له .. يصدق كل ما يقال له ويسمعه دون تفكير .. إن الانسان مسؤول عن حواسه جميعا .. مسؤول ألا يَقْفُوَ أثر أشياء حتى يتبينها ومسؤول أن يحسن السمع والبصر والفؤاد .

هذه قضية أساسية في العقل المسلم اليوم الذى تأمره عقيدته أن يكون متبصراً بخطوه حريصا على سمعه مستيقنا من فؤاده ...

فإذا نسى الإنسان المسلم موقفه كرجل إعلام أو كمتلق لرسالة الإعلام فلا بد أن تقع الكارثة ويصبح الإعلام نارا تحرق ومعولا يهدم حيث أرادته الأمة نورا يضئ وسواعد تبنى .



.. وبعد

... وبعد فقد كان لا بد أن نصل بهذا الكتاب إلى خاتمته ونصل بأفكاره إلى نهايتها وإن كان لنا قول يضاف أو فكرة توضع أو كلمة تسمع فلعلها تكون فى موقعها هنا عند الختام .

... إن كان لنا قول يضاف إلى ما سبق فإنه قول ينبع من الضمير وينبثق من القلب إلى كل من تحدثه نفسه التخصص في الإعلام كعلم وفن وصناعة أن يتقى الله فى نفسه وأن يتبصر أمر أمته وأن يقسم بالله وحده أن يقول للناس حسناً وأن يراعى أمانة الكلمة وصدق الحديث ولفظة اللسان فى كل ما يكتب ويقول .

... نقول لكل من تخالجه نفسه أن يعمل في حقل الإعلام وينغمس فيه أن عليه عبأً ومسؤوليةً في المحافظة على شرف الأبرياء من أن يهان بكلمة أو يخدش بلفظة أو يشوه بافتراء .

... نقول لكل من وقف نفسه لخدمة أمته من خلال وسائل الإعلام مسؤولا فيها أو متعاونا معها أن يوظف قلمه للدفاع عن الحق وصون العقيدة والمحافظة على قيم الإسلام ومبادئه فلا يسمح لنفسه أن يتطاول على غيره ولايسمح لغيره أن يفترى على أمته ويمس كيانها في القول والعمل .

ذاك هو القول ...

أما الفكرة فإنها مهداة إلى الأقسام العلمية المتخصصة لتدريس الإعلام في جامعاتنا وهى الأمينة على القيم والمسؤولة عن تربية النشء بخلق والتزام ....

.... الفكرة هى أن تضع تلك الأقسام خططها العلمية ومناهجها الدراسية في الإعلام علما وفنا وصناعة على أسس واضحة وقواعد ثابته تأخذ من عقيدة الأمة زاداً لها على السير في دروب العلم ومن القيم الصالحة للأمة عونا لها على صقل المناهج ، ومن أخلاق الإسلام نبراسا لها على غرس الخلق السليم والتفكير المستقيم في نفوس الدارسين ليصبح الخريج منهم عنوانا ناصعاً للقيم ومثالا واضحا للأخلاق وموقفا صامدا مع الحق .

... نهدى تلك الفكرة إلى الأقسام العلمية المتخصصة في تدريس ا لإعلام في جامعاتنا ونحن نعلم أن من السهل تنفيذها لأن الإعلام هو أحدث العلوم الاجتماعية المعاصرة على الإطلاق وأكثرها قابلية للتطور والتشكيل وتلك فرصة ثمينة ومناسبة جيدة لأساتذة الإعلام العرب المتخصصين أن يدلوا بدلوهم فى بئر الخيرات ويسهموا بفكرهم برشاد المؤمن وبصيرة الملتزم لتذكرهم الأجيال القادمة أنهم ركزوا علم الإعلام المعاصر فى جامعاتنا العربية على أسس صحيحة وقواعد سليمة ليصونوا بذلك للأمة قيمها ويحافظوا على أخلاقها ويعززوا مكانتها بين الأمم كخير أمة أخرجت للناس .

وتلك هى الفكرة ...

أما الكلمة فإننا نود أن يسمعها قادة الإعلام والمسؤولون عنه فى العالمين العربى والإسلامى .

... كلمة نتجرأ بها عليهم جرأة حق في سبيل الله نرجو أن يعيروها اهتمامهم .

... كلمة نقول لهم فيها إن الإعلام بوسائله الحديثة المتقدمة قادر على أن يعلم المجتمع ويثقف النشء ويثبت القيم الصالحة ويركز الخلق المستقيم ويعين على الحق ويزهق الباطل .

فأفسحوا له المجال ليقول للناس حسنا . ووجهوه الوجهة الصحيحة لخدمة العقيدة وترسيخ الإيمان وتأكيد القيم وتأصيل الأخلاق .

أفسحوا المجال للإعلام ليحبذ العمل المنتج ويحببه في النفوس ويستثير الطاقات العاملة والعزائم القوية ويدعو إلى بذل الجهد ومضاعفة القدرات وإحياء الهمم من أجل البناء الصحيح والتنمية الواعية والتقدم المتبصر والتطور المتزن .

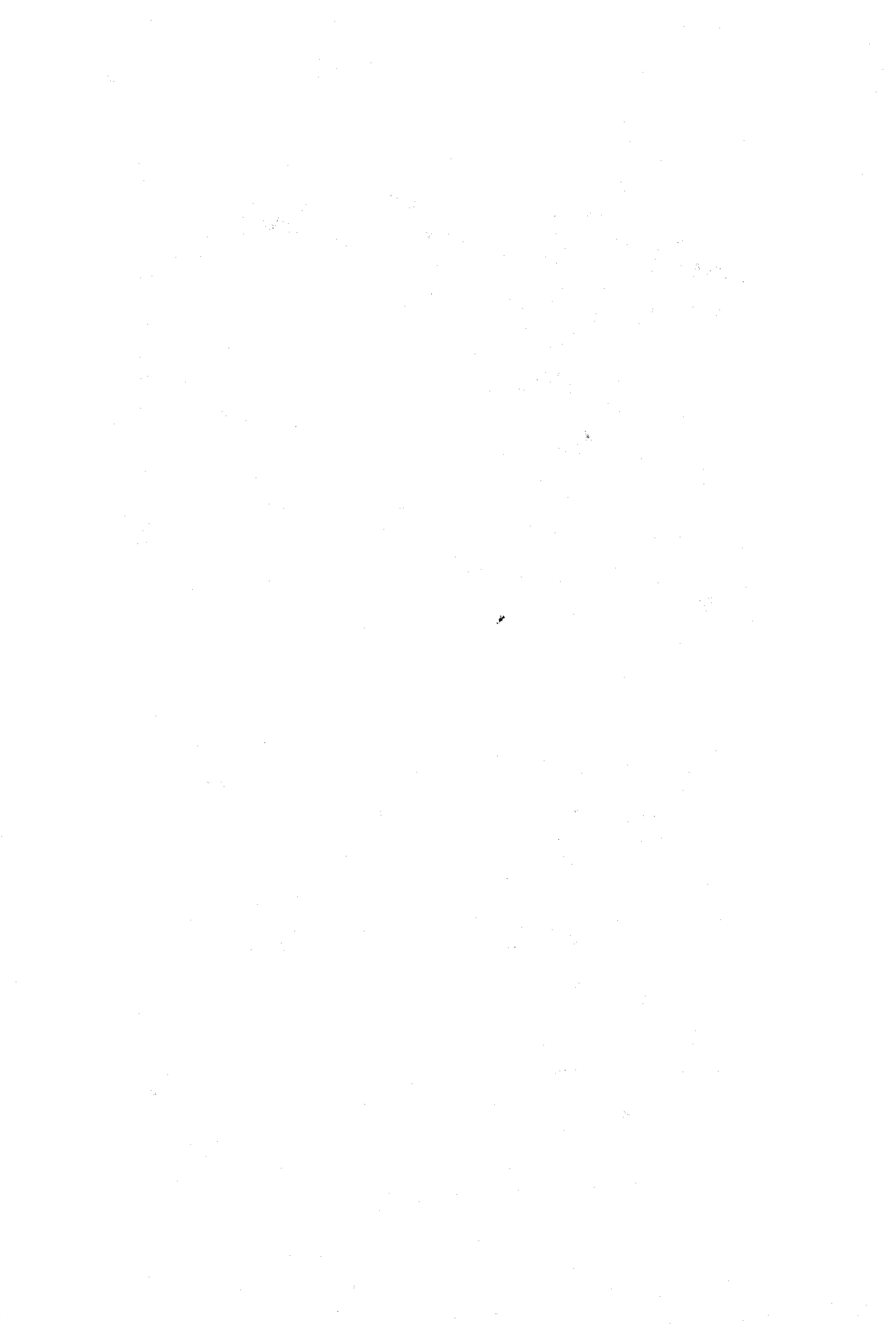
أفسحوا المجال للإعلام لقول الحق والهدى والرشاد ففى ذلك تأصيل لدعوة الخير وتأكيد لرسالة الإيمان .

إنكم إن أفسحتم المجال للإعلام ليؤدى هذه المهام ويقوم بتلك الوظائف فإنكم تكونون بذلك قد أديتم الأمانة وبلغتم الرسالة ونصحتم أمتكم .

ولا أخالكم إلاّ فاعلين كان الله في عونكم وسدد على طريق الخير والرشاد خطاكم .



المـلاحِق



الملحق رقم ١
ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي

صدر عن مؤتمر الإعلام الإسلامى الأول بجاكرتا [١] ميثاق الشرف الإعلامى الإسلامى ، ليلتزم به الإعلاميون المسلمون في نطاق عملهم ، وهو مكون من أربع مواد :

المادة الأولى :

الالتزام بترسيخ إيمانه بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية ، وبالعمل على تكامل شخصيته الإسلامية ، وبتقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلانية ، وبتبيين واجباته له تجاه الآخرين وبحقوقه وحرياته الأساسية .

المادة الثانية :

يعمل الإعلاميون على جمع كلمة المسلمين ، ويدعون إلى التحلى بالعقل والأخوة والإسلامية والتسامح في حل كل مشكلاتهم ، ويلتزمون بمجاهدة الاستعمار والإلحاد في كل أشكاله ، والعدوان فى شتى صورة والحركات الفاشية والعنصرية ، وبمجاهدة الصهيونية واستعمارها الاستيطانى وأشكال القمع والقهر التى يمارسها العدو الصهيونى ضد الشعب

---

(١) دعت إلى هذا المؤتمر ونظمت اجتماعاته رابطة العالم الإسلامي ـ وعقد في الفترة من ٢١ ـ شوال إلى ٢٥ منه سنة ١٤٠٠هـ الموافق ١ ـ ٥ أيلول « سبتمبر » عام ١٩٨٠م .

الفلسطينى والشعوب العربية ، وباليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام .

المادة الثالثة :

يلتزمون بالتدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية وبقيمها ومقدساتها ودرء الأخطار عنه ، وبأداء رسالتهم في أسلوب عف كريم حرصا على شرف المهنة وعلى الآداب الإسلامية ، فلا يستخدمون ألفاظاً نابية ، ولا ينشرون صوراً خليعة ولا يتعرضون بالسخرية والطعن الشخصى والقذف والسب والشتم وإثارة الفتن ونشر الشائعات وسائر المهاترات . وبالامتناع عن إذاعة ونشر كل ما يمس الآداب العامة أو يوحى بالانحلال الخلقى ، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار ، أو يبعث الرعب أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر ، وبالامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجارى في حالة تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية .

المادة الرابعة :

يلتزمون بنشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض ، والاهتمام بالتراث الإسلامي والتاريخ والحضارة الإسلامية ومزيد العناية باللغة العربية والحرص على سلامتها ونشرها بين أبناء الأمة الإسلامية وبالخصوص بين الأقليات الإسلامية ، وبإحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن والسنة ، ويتعهدون بالمجاهدة من أجل تحرير فلسطين وفى مقدمتها القدس وكافة الأقطار العربية المضطهدة ، ويلتزمون بتثبيت فكرة الأمة الإسلامية المنزهة عن الإقليمية الضيقة ، والتعصب العنصرى والقبلى واستنهاض الهمم لمقاومة التخلف في جميع مظاهره ، وتحقيق التنمية الشاملة التى تضمن للأمة الازدهار والرقى والمناعة .

الملحق رقم ٢
إحصاءات ثقافية

لأن الإعلام والثقافة صنوان لا ينفصلان في المسيرة الحضارية للأمة ولكى يحقق هذا الكتاب هدفه فقد كان لزاما أن نعطى القارئ الكريم نبذة عن النشاط الثقافى في العالم العربى في صورة إحصاءات رقمية بعد أن عرضنا لقضية الإعلام فيه بغية أن نوضح الإطار الثقافى العام المصاحب لمسيرة الإعلام العربى .

وأن هذه الإحصاءات أحدث ما هو متوفر عن العالم العربى ، والذى استطاعت أيدينا أن تصل إليه ، ويهمنا أن تعطى هذه الإحصاءات مؤشرات عن الواقع الثقافى في العالم العربى . ونأمل أن تحوى الطبعة القادمة من هذا الكتاب ـ إن أذن الله بها ـ إحصاءات أكثر حداثة تكون قد توفرت .

المصدر ❊ :

د/ هشام بو قمره ـ التطور الثقافى في الوطن العربى دراسة تحليلية مقارنة ـ ١٩٨٠/١٩٧٩م ـ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم إدارة التوثيق والمعلومات .

❊ لمزيد من التفصيلات يمكن الرجوع إلى المصدر .

قطاع الاذاعة والتليفزيون ١٩٧٩ م -١

الاقطار	الأردن	ليبيا	السودان	السعودية[٤]	ملاحظات
البيانات :					١ ـ الحساب
					بالمليون
أ ـ الإذاعة :					٢ ـ المقصود
١ ـ عدد أجهزة		١	٦		الحجم الصافى
الراديو[١] .					السنوى للبث
٢ ـ عدد محطات	٤	٢٥	٦[٦]	٢	٣ ـ سواء
الإرسال					كانت محلية أو
٣ ـ الحجم الصافى	١٢٦٠٠	٨٨٢٠	٦٤١٠	٢٤٧٠٤[٩]	أجنبية
للبث[٢] .					٤ ـ فى الضفة
٤ ـ توزيع البرامج					الشرقية فقط
- برامج تعليمية			٥٢	١٥,٤٪[١٠]	٥ ـ من
- برامج إعلامية			١,٥٦٠	٣٧,٦٪	البرامج المبثة
- برامج ثقافية			٥٣٣	١١٪	٦ ـ تضاف
- برامج ترفيهية			٣٥٦١	١٦٪	إليها محطة جوبا
- برامج دينية			١٢٤٦		الموجهة للاقليم
- برامج الطوائف			٣٠٠		الجنوبى
- إعلانات			١٥٦		٧ ـ أرسلت
٥ ـ حجم التبادل	٢٠٠٢	٦٤٨	١٠٤		إلى الجامعة
السنوى					العربية لأغراض
ب ـ التليفزيون :					التبادل الثقافى
٦ ـ عدد	٠,٢٥٠[٤]	٠,٣٣٠	١		٨ ـ المعلومات
الأجهزة[١]					مستقاه من
٧ ـ عدد القنوات	٢	٧	٣	٥	كتاب السياسة
٨ ـ الحجم الصافى					الثقافية فى
للبث[٢]	٤٢٨٩	٢٦٤٢	٢١٣٢	٢٥٧١	المملكة العربية

قطاعالإذاعة والتليفزيون ١٩٧٩ م ـ٢

الاقطار	الأردن	ليبيا	السودان	السعودية (٤)	ملاحظات
٩ ـ توزيع البرامج	٢١٤		٤٦٠	١٥٪	السعودية الصادر عن اليونسكو عام ١٩٨٠ م وهى تتعلق بعام ١٩٧٩ م ٩ ـ يشمل الإحصاء البرنامج العام : ١٤٤٠٠ ـ ـ إذاعة نداء الإسلام ٦٠٠ ـ إذاعة القرآن الكريم ٨٧٠٠ ـ البرنامج الأوربى ٣٩٠٠ ولم تحمل على البرامج الموجهة ١٠ ـ تتعلق هذه النسب بالبرنامج العام فقط
ـ اخبارية	٤٢٩		٣٠٤		
ـ اجتماعية	٢١٧		١٠٤		
ـ ثقافية					
ـ اطفال رضاعة	١٦٪				
ـ شاب	٤٣٣				
ـ دينية	٢٦٩		٣٦٤	٢٥٪	
منوعات ترفيه	٣٠		٧٠٦	٢٢٪	
ـ وثائقية اعلانات	٧٨		٢٦		
ـ افلام ومسلسلات عربية	٦١			١٥٪	
ـ تعليمية وتربوية	١٠٩٢			٦٪	
ـ مسلسلات أجنبية	٧٠٧				
١٠ ـ حجم التبادل السنوى	٤١,٤٪	٣٦١			

الصحف اليومية ١٩٧٩ م

الأقطار	السعودية	الإمارات	السودان	الأردن	
البيانات :					ملاحظات
الصحافة اليومية					
١ ـ عدد الصحف	١٠	٧	٣	٥	١ ـ من إجمالى الصفحات الأسبوعي وعلى وجه التقريب .
٢ ـ صفتها					
ـ سياسية	١٠	٧	٢	٥	
ـ جامعية					
٣ ـ لغتها					
ـ عربية	٨	د[2]	٢	٤[2]	
ـ أجنبية	٢	٢	١	١	
٤ ـ صفتها					٢ ـ تخصص كلها ملاحق ثقافية أسبوعية بحجم ٤ ـ ٨ ص .
ـ حكومية				٣	
ـ خاصة	١٠	٧		٥	
٥ ـ إجمالى صفحاتها اليومى	١٦٦		٢٦	٦٦	
٦ ـ الملاحق	٣٢ـ٦٤[1]	٣٠ـ٤٠[1]	١٢ـ١٦	١٦ـ٣٢	
الثقافية عددها	٣٣٠		١١	٦٤	
إجمالى مساحتها	٣٠		٦	٥٠	
٧ ـ إستيرادالصحف	٣٠٠		٥	١٤	
من أقطار عربية					
من بلدان أجنبية					
٨ ـ المؤسسات الصحفية					
عددها	١١	٣	٣	٤	
حكومية			٣		
خاصة	١١	٣		٤	

الدوريات ١٩٧٩ م

الأقطار	السعودية	سورية[٢]	الإمارات	السودان	الأردن
بيانات					
عدد الدوريات	٤٧[٥]	٤[٣]	٢٧	١٥	٤٨
دوريتها :					
ـ أسبوعية	١١		٣	٦	٥
ـ نصف شهرية	-	١		٢	
ـ شهرية	١٤	١	١٧	٣	
ـ فصلية	١٣	٢	٣	٤	
ـ سنوية	١				
ـ ثقافتها :					
ـ سياسية	٨		١١		٣
ـ ثقافية/ إجتماعية	١٢	٤	٣	٩	١٨
ـ دينية	٢		١		٢
ـ مختصة	١٩		١٢	٣	١٠
ـ سياسية / ثقافية	٤				
لغتها					
ـ عربية	٤٢	٤	٢٧	١٢	٤٧
ـ أجنبية	٤			٣	١
ـ مختلطة	١				
ـ صفتها					
ـ حكومية	٤	٤	٩	١٤	
ـ شبة حكومية	٩		٩	١	
ـ خاصة	٢٢		٩		
ـ الدوريات المستوردة	١٠٠٠			٤٣	١٩٦٤
ـ من أقطار عربية	١٠٠			٣٨	٣٦١
ـ من بلدان أجنبية	٩٠٠			٥	١٦٠٣
الدوريات المصدرة :					
ـ إلى أقطار عربية		٤			
ـ إلى بلدان أجنبية		٤			

ملاحظات

١ ـ تشمل الربع سنوية والنصف سنوية والتى تصدر كل شهرين .

٢ ـ إحصائية خاصة بالمجلات التى تصدرها وزارة الثقافة والإرشاد القومى .

٣ ـ إجمالى صفحاتها السنوى ٤٧٩٢ ص .

٤ ـ توزيع تقريبى .

٥ ـ النقص الحاصل فى المجموع ناشىء عن وجود مجلات لم تحدد دوريتها فى البيانات .

الكتب المؤلفة والمترجمة ودور النشر

الأقطار	ليبيا	الامارات	السعودية	سورية	الأردن	السودان	المجموع
عدد الكتب	٥٦٩	٤٦	٩٦[٢]	٧٠	١٣٧	٨٣	١٠٠١
لغتها :							
ـ بلغة عربية	٥٦٩	٤١	٩٥	٧٠	١٢٨	٨٣	٩٥٦
ـ بلغة أجنبية		٥	١		٩		١٥
مصدرها :							
ـ كتب مؤلفة		٤٦	٩٥	٢٧	١٢٦	٨٣	
ـ كتب مترجمة			١	٤٣	٢		
الكتب المصدرة :							
ـ إلى أقطار عربية				١٣٠	١٢١٤		
ـ إلى أقطار أجنبية				٨٥[١]	٦٠٠		
الكتب المستوردة :							
ـ من أقطار					٦٦٤٢		
ـ من أقطار أجنبية					٩٠٨٦		
النشر :							
ـ عددها	١[٣]		١٦		٣٧	٥	٥٩
ـ فى العاصمة	١		٩			٥	
ـ فى المدن			٧				
ـ حكومية	١				١	٤	
ـ خاصة			١٦		٣٦	١	
إجمالى منشوراتها	٥٦					٩٤	
ـ بالعربية	٥٣					٩٢	
ـ بلغة أجنبية	٣					٢	

١ ـ خاص فقط بوزارة الثقافة والارشاد القومى .

٢ ـ خاص بالمديرية العامة للمطبوعات وفروعها .

٣ ـ يشمل الاحصاء فقط المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والاعلان والمطابع .

المكتبات ١٩٧٩ م

الأقطار	ليبيا	الامارات	السعودية[٢]	سورية	الأردن	السودان
البيانات :						
١ ـ عدد المكتبات	٩٣٠	٩	١١	١٩[١]	٩	٢٥
ـ وطنية	١	١			١	
ـ عمومية	١٧٩	٨		١٩	٧	٣
ـ خاصة/متخصصة					١٠[٤]	١٥
ـ مدرسية/جامعية	٧٥٣		١١		٦٩	٧
ـ متجولة	٢٠			٣١		
٢ ـ عدد الرواد		١٠٥	٢٧١	٢٢٩	١٠٠٠	٢٦
(سنويا بالألف)					(جزئى)	(جزئى)
ـ رصيد الكتب		٦٩	٣٧٢			
(بالألف)						
ـ بالعربية		٨,٤٥٦	١٨٠	٢٥٦		٥٧٨
ـ بلغة أجنبية			١٩٢	٢٤		
٤ ـ معارض الكتب	٢١		٢٩[٣]	٨	٣	١

١ ـ الاحصاءات السورية تتعلق فقط بالمكتبات التابعة لوزارة الثقافة والارشاد القومى .

٢ ـ الاحصاءات السعودية هى مجموع بيانات منفردة صادرة عن ادارة المطبوعات وجامعة الرياض وجامعة محمد بن سعود .

٣ ـ ضمن الاحصاء المعارض التى شاركت فيها السعودية فى الخارج .

٤ ـ هاتان المعلومتان عن نشرة حكومية .

المتاحف ١٩٧٩م

	اجمالى المتاحف	نسبتها للسكان	فى العاصمة	فى المدن	اجمالى الزوار	الزوار لكل لكل متحف
ليبيا	١٤	١/٢٥٧٠٠٠	٥	٦	٦٢٥٥٠٠	٥٢٤٥٨
سورية	٢٢	١/٣٩٣٠٤٥	٥	١٧	٥٤٥٣٢٧	٢٤٧٨٧
الأردن	١١	١/٢٥٩٧٧٢		٥	١٢٥٠٠٠	١١٣٦٣
السودان	٧	١/٢٦٩٦٧١٤	٣	٤	٢٠٥٧٣٥	٥١٤٣٣
الامارات	٣	١/٨٧٠٠٠	١	٢	٣٥٠٩٣	١١٦٩٧
السعودية	١	١/١٠٧٢٢٠٠٠	١		٣٥٤٨٤	٣٥٤٨٤
عمان	٢	١/٤٨٣٤٢٥	٢			
قطر	١	١/٩٠٠٠	١			
الكويت	٤	١/٣٤١٥٠٠	٤			
البحرين	٥	١/٢٢٦٦٠	٥			
المجموع	٧٠		٣٣	٣٧		

الملحق رقم ٣

ببليوجرافيا

- إبراهيم ، شاكر — الإعلام ووسائله ودوره فى التنمية الاجتماعية والاقتصادية / شاكر إبراهيم ، مؤسسة آدم للنشر والتوزيع .

- ابن منظور — لسان العرب ـ القاهرة ـ المؤسسة العامة للتأليف والأنباء والنشر .

- أبو الليل ـ عبد العزيز — الدعاية السياحية / عبد العزيز أبو الليل ـ القاهرة ـ دار الكاتب العربى للطباعة والنشر ١٩٦٨ م .

- أبو الليل ـ محمود نجيب — الاحتلال البريطانى والصحف الفرنسية من ١٨٨٢ ـ ١٩٠٤ م ـ محمود نجيب أبو الليل ـ القاهرة ـ مطبعة التحرير ١٩٥٣ م .

- أبو الليل ـ محمود نجيب — الصحافة الفرنسية فى مصر منذ نشأتها حتى نهاية الثورة العرابية ـ محمود نجيب أبو الليل ـ القاهرة ـ مطبعة التحرير ١٩٥٣ م .

- **أبو الليل ـ محمود نجيب** صحافة فرنسا / محمود نجيب أبو الليل ـ القاهرة ، مؤسسة سجل العرب ١٩٧٢ م .

- **أبو الليل ـ محمود نجيب** تاريخ الصحافة فى أوربا وأمريكا الطبعة الأولى ـ القاهرة ١٩٥٤ م .

- **أدهم ، محمود** فن تحرير التحقيق الصحفى : فنون التحرير الصحفى بين النظرية والتطبيق ـ محمود أدهم ـ القاهرة « مطابع دار الشعب » ١٩٧٩ م .

- **أريك ، دى جروليه** تاريخ الكتاب ، ترجمة خليل صابات الألف كتاب رقم (٧٥) ، القاهرة بدون تاريخ .

- **إمام ، إبراهيم** الإعلام الإذاعى والتليفزيونى / إبراهيم إمام ـ القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٧٩ م .

- **إمام ، إبراهيم** دراسات فى الفن الصحفى ، تأليف إبراهيم إمام . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٢ م .

- **إمام ، إبراهيم** الإعلام والاتصال بالجماهير / إبراهيم إمام ـ ط ١ ـ القاهرة ـ مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٩ م .

- **إمام ، إبراهيم** وكالات الأنباء ـ إبراهيم إمام ـ القاهرة دار النهضة العربية ـ ١٩٧٢ م .

- **إمام ، إبراهيم** فن العلاقات العامة والإعلام ـ القاهرة الأنجلو المصرية ١٩٦٨ م .

- إمام ، إبراهيم — تطور الصحافة الإنجليزية فى القرنين السابع عشر والثامن عشر ، القاهرة « بدون تاريخ » .

- اميل ، بوافان — تاريخ الصحافة ، ترجمة محمد إسماعيل محمد ـ الألف كتاب (١١٨) القاهرة « بدون تاريخ » .

- بارفو ، اريك — الاتصال بالجماهير ـ ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ـ القاهرة ـ مكتبة مصر ١٩٥٦ م .

- بان ، باصل — فن التليفزيون ، ترجمة تماضر توفيق ، القاهرة ، الدار المصرية للتأليف والترجمة ، ١٩٦٥ م .

- بحرى ، هشام توفيق — صحافة الغد ـ هشام توفيق بحرى ، تقديم محمد حسنين هيكل ، مراجعة خليل صابات ـ القاهرة ـ دار المعارف ١٩٦٨ م .

- بدر ، أحمد — صوت الشعب ، دور الرأى العام فى السياسة العامة ـ الكويت ـ وكالة المطبوعات ١٩٧٣ م .

- بدر ، أحمد — الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ـ أحمد بدر ـ ط ١ ـ الكويت ـ دار القلم ١٩٧٤ م .

- بدر ، أحمد — الإعلام الدولى ، دراسات فى الاتصال والدعاية الدولية ـ أحمد بدر ـ القاهرة مكتبة غريب ١٩٧٧ م .

- يرتيز ، ادوارد — برنامج التليفزيون - ترجمة أحمد ماهر القاهرة - مؤسسة سجل العرب .

- البرقوقي ، محمد عاطف — الراديو - قصص العلماء والمخترعين القاهرة - عيسى الحلبى ١٩٤٠ م .

- برنارد ، ويزيرجر — الصحفى الأمريكى - ترجمة وديع سعيد - القاهرة ١٩٦٢ م .

- بشير ، تحسين محمد — النشاط الإعلامي العربى فى الولايات المتحدة - تحسين محمد بشير - بيروت منظمة التحرير الفلسطينية مركز الأبحاث ١٩٦٩ م .

- بطرس ، صليب — إدارة الصحف - صليب بطرس - القاهرة - الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٧٤ م .

- بن قفيصه ، عمر — أضواء على تاريخ الصحافة التونسية ١٨٦٠ - ١٩٧٠ م - عمر قفيصة - تونس - دار بو سلامة ١٩٧٢ م .

- بوند ، ف ، فريزر — مدخل إلى الصحافة - ف . فريزر بوند ترجمة راجى صهيون - مراجعة إبراهيم داغر - بيروت - مؤسسة أ . بدران ١٩٦٤ م .

- بيرى ، كوماس — الصحافة اليوم - تطورها وتطبيقاتها العلمية - تأليف توماس بيرى - ترجمة مروان الجابرى - بيروت - مؤسسة أ . بدران ١٩٦٤ م .

- بيير ، دينواييه — الصحافة فى العالم ـ ترجمة عبد العاطى جلال ـ الألف كتاب (١٢٩) القاهرة (بدون تاريخ) .

- التكريتى ، منير بكر — الصحافة العراقية واتجاهاتها السياسية والاجتماعية والثقافية من ١٨٦٩ ـ ١٩٢١ م منير بكر التكريتى ـ بغداد ـ مطبعة الإرشاد ١٩٦٩ م .

- التهامى ، مختار — الصحافة والسلام العالمى ـ مختار التهامى ـ ط ٢ ـ القاهرة ـ دار المعارف ١٩٦٨ م .

- جاك ، جولد — الراديو والتليفزيون ـ ترجمة محمد صابر سليم ـ الطبعة الثالثة ـ القاهرة دار المعارف .

- جامعة الدول العربية — تقارير اللجنة الدائمة للإعلام وتقارير خبراء الأعلام العرب .

- جورج ، فيل — الجريدة ـ ترجمة إدجار موصلى وحسن سلومه ـ الألف كتاب (٧٨) القاهرة (بدون تاريخ) .

- الجوهرى ، محمود محمد — العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام القاهرة ـ مكتبة الأنجلو ـ ١٩٦٨ م .

- حاتم ، محمد عبد القادر — الرأى العام وتأثره بالإعلام والدعاية محمد عبد القادر حاتم ـ بيروت ـ مكتبة لبنان ـ ١٩٧٣ م .

- حاتم ، محمد عبد القادر — الإعلام والدعاية ـ محمد عبد القادر حاتم ـ القاهرة ـ مكتبة الأنجلو ١٩٧٢ م .

- **الحسن ، حسن** — الإعلام والدولة ـ حسن الحسن ـ ط ١ ـ بيروت (د . ن) ١٩٦٥ م مطابع صادر .

- **الحسن ، حسن** — الرأى العام والإعلام والعلاقات العامة حسن الحسن ـ بيروت ـ الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العامة .

- **حسن ، محمد وجيه ، محمود فهمى** — الصوت والصورة ـ القاهرة ـ مكتبة النهضة المصرية ـ ١٩٦٢ م .

- **الحسنى ، عبد الرازق** — تاريخ الصحافة العراقية ـ عبد الرازق الحسنى ـ ط ٣ ـ صيدا ـ مطبعة العرفان ـ ١٩٧١ م .

- **حسين ، عبد الله** — الصحافة والصحف ـ عبد الله حسين القاهرة ـ لجنة البيان العربى ١٩٦٤ م .

- **حمزه ، عبد اللطيف** — أدب المقالة الصحفية فى مصر ـ عبد اللطيف حمزه القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٥٠ م .

- **حمزه ، عبد اللطيف** — الإعلام فى صدر الإسلام ـ القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٧١ م .

- **حمزه ، عبد اللطيف** — الإعلام له تاريخه ومذاهبه ـ القاهرة مكتبة الأنجلو ـ ١٩٦٥ م .

- **حمزه ، عبد اللطيف** — الإعلام والدعاية ـ بغداد ـ مكتبة المثنى ـ ١٩٦٨ م .

- حمزه ، عبد اللطيف — مستقبل الصحافة ـ عبد اللطيف حمزه القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٦١ م .

- حمزه ، عبد اللطيف — المدخل فى فن التحرير الصحفى ـ عبد اللطيف حمزه ـ ط ٣ ـ القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٦٥ م .

- د . أ . سبنسر — السينما اليوم ـ الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧١ م .

- داود ، عبد الجبار — فن الممارسة الإعلامية ـ بغداد ـ دار الحرية ـ ١٣٩٦ هـ .

- دى طرازى ، فليب — تاريخ الصحافة العربية ـ فليب دى طرازى ـ بيروت ـ المطبعة الأدبية ١٩١٣ م .

- ذبيان ، سامى — مدخل نظرى وعملى إلى الصحافة اليومية والإعلام ـ الموضوع والتقنية ـ سامى ذبيان ـ ط ١ ـ بيروت ـ دار المسيرة ١٩٧٩ م .

- راضى ، عبد الجليل — قصة اللاسلكى ـ التلغراف ـ الراديو ـ التليفزيون ـ الرادار ـ القاهرة ـ مطبعة الاعتماد .

- ربيع ، حامد — فلسفة الدعاية الاسرائيلية ـ بيروت ـ مركز الأبحاث الفلسطينية .

- رشتى ، جيهان — الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث ـ القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٧١ م .

- رشتى ، جيهان	الأسس العلمية لنظريات الإعلام ـ ط ٢ ـ القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٧٨ م .

- رشتى ، جيهان	نظم الاتصال ـ الإعلام فى الدول النامية ـ القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٧٢ م .

- سعفان ، حسن شحاته	التليفزيون والمجتمع ـ القاهرة ـ دار النهضة ١٩٦٢ م .

- الزامل ، عبد الرحمن	أزمة الإعلام العربى ـ معضلات وحلول ـ بيروت ـ الدار المتحدة ١٩٧٤ م .

- السباعى ، أنور	التخطيط الإعلامي السياسى ـ أنور السباعى ـ ١٩٧١ م .

- سعد ، اسماعيل على	الاتصال والرأى العام ـ مبحث فى القوة والايه لوجيه ـ اسماعيل على سعد ـ الاسكندرية ـ دار المعرفة الجامعية ١٩٧٩ م .

- سيف الإسلام ، الزبير	تاريخ الصحافة فى الجزائر ـ الزبير سيف الإسلام ـ الجزائر ـ الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ١٩٧١ م .

- سعد الدين ، إبراهيم	الإعلام العربى بين المثالية والفلسفة العلمية ـ مجلة دراسات عربية المجلد الخامس (كانون الأول ١٩٦٨ م) .

- سعفان ، حسن شحاته
التليفزيون والمجتمع ـ القاهرة ـ دار النهضة العربية ١٩٦٢ م .

- سفند ، دال
تاريخ الكتاب من أقدم العصور الى الوقت الحاضر ـ ترجمة محمد صلاح الدين حلمى ـ القاهرة ١٩٥٨ م .

- سيد ـ فتح الباب عبد الحليم وإبراهيم حفظ الله
الناس والتليفزيون ـ القاهرة ـ مكتبة الأنجلو المصرية ـ ١٩٦٣ م .

- الشامخ ، محمد عبد الرحمن
الصحافة فى الحجاز ١٩٠٨ ـ ١٩٤١ م دراسة ونصوص ـ محمد عبد الرحمن الشامخ ـ بيروت ـ دار الأمانة ١٩٧١ م .

- شحاته ، عبد الله
الدعوة الإسلامية والإعلام الدينى ـ القاهرة ـ الهيئة المصرية العامة للكتاب ـ ١٩٧٨ م .

- شرام ، ولبر
أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية ـ دور الإعلام فى البلدان النامية ـ ولبور شارم ـ ترجمة محمد فتحى ـ مراجعة يحيى أبو بكر ـ القاهرة ـ الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ـ ١٩٧٠ م .

- صابات ، خليل
تاريخ الطباعة فى الشرق العربى ، دار المعارف بمصر ـ ١٩٦٦ م .

- صابات ، خليل
قصة الطباعة مكتبة الهلال القاهرة ١٩٥٧ م .

- صابات ، خليل وسامى عزيز ، ويونان رزق — حرية الصحافــة فى مصر ١٧٩٨ ـ ١٩٢٤ م القاهرة ١٩٧٣ م .

صابات ، خليل — الصحافة رسالة ـ استعداد فن ـ علم ـ دار المعرفة بمصر ـ الطبعة الثانية ١٩٦٨ م .

صابات ، خليل — وسائل الإعلام نشأتها وتطورها ـ القاهـرة مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٦ م .

- الصاوى ، أحمد حسين — فجر الصحافة فى مصر ـ دراسة فى إعلام الحملة الفرنسية ـ القاهرة ١٩٧٥ م .

- الصفدى ، أحمد عصام — تكنولــوجيا التعليم والإعــلام ـ أحمــد عصام الصفـدى ، محمـد رمضـان البغــدادى ـ ط ١ ـ الكويت ـ مكتبة الفلاح ١٩٨٠ م .

- طه ، رياض — الإعـلام والمعـركة ـ بـيروت ـ دار النهـار للنشر ١٩٧٣ م .

- عبده ، إبراهيم — تاريخ الطباعة والصحافـة فى مصر خلال الحملة الفرنسية ـ القاهرة ١٩٤٩ م .

- عبده ، إبراهيم — الصحافة فى الولايات المتحدة ـ نشأتها وتطورها ـ إبراهيم عبـده ـ القاهـرة مؤسســة سجـل العرب ١٩٦١ م .

- عبده ، إبراهيم — تطـور الصحافـة المصرية ١٧٩٨ ـ ١٩٥١ م إبراهيم عبده ـ ط ٣ ـ القاهرة ـ مكتبة الآداب ـ ١٩٥١ م .

- عبده ، إبراهيم — دراسات فى الصحافة الأوربية ـ القاهرة ١٩٥١ م مطبعة جامعة القاهرة .

- عبد الحليم ، فتح الباب — وسائل التعليم والإعلام ـ القاهرة ـ عالم الكتب ١٩٦٨ م .

- عبد الحليم ، محيي الدين — الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ـ القاهـرة ـ الخانجى ـ ١٤٠٠ هـ .

- عبد القادر ، حسنين — ادارة الصحف ـ حسنـين عبـد القـادر ـ ط ٢ ـ القاهرة ـ دار النهضة العربية ١٩٦٢ م .

- عبد القادر ، حسنين — الصحافة كمصدر للتاريخ ـ حسنين عبـد القادر ـ ط ٢ ـ القاهرة ١٩٦٠ م .

- عبد القادر ، حسنين — الرأى العام والدعاية ـ وحرية الصحافة القاهرة ـ دار النهضة ١٩٦٢ م .

- عثمان ، حسين — تاريخ السينما العـربية ـ دار الكتـاب العربى للطباعة والنشر ١٩٦٨ م .

- عزيز ، سامى — تطور الصحافة فى العالم العربـى المعهـد القومى للصحفيين العرب مطبوع بالرونيو .

- عطيه ، محمد محمد — الاتصـال ووسائلـه فى المجـالات الاجتماعية - القاهرة - الأنجلو ١٩٧٤ م .

- العظم ، يوسف — رحلة الضياع للإعـلام العربـى المعـاصر جدة - الدار السعودية ١٤٠٠ هـ .

- عليوه ، السيد — استـراتيجية الإعـلام العربـى - السيد عليوه - القاهرة - الهيئة المصرية العامة للكتاب - ١٩٧٨ م

- عمر ، فاروق عبد الرحمن — التليفـزيون فى الجمهـورية العـربية المتحدة والعالم - القاهرة - الدار القومية للطباعة والنشر ١٩٦٤ م

- العمرى ، أحمد سويلم — الرأى العام والدعاية - بغداد - مكتبة المثنى

- عوض ، محمد ضياء الدين — التليفـزيون والتنمية الاجتماعية - القاهـرة الدار القـومية للطباعـة والنشر - ١٩٦٦ م « من الشرق والغرب - ١٩١ »

- عيسى ، محمد طلعت — العلاقـات العامـة والإعـلام - القاهـرة مكتبة القاهرة الحديثة

- الغساني ، أنور — نظـام الإعـلام فى جمهـورية ألمانيا الديمقـراطية - أنور الغسانى - بيروت مركز الأبحـاث - منظمة التحرير الفلسطينية ١٩٧٣ م

- غريب ، محمد ومحمود أبو زيد — التليفـزيون - القاهـرة - دار الكتـاب العربى ١٩٤٧ م

- الغنام ، عبد العزيز — مدخل فى علم الصحافة ـ عبد العزيز الغنـام ـ بيروت ـ دار النجاح ١٩٧٢ م

- فرانسو ، تيرو والبير ، بيير — تاريخ الصحافة ـ ترجمة عبد اللـه نعمان سلسلة ماذا أعرف ؟ ـ بيروت ـ بدون تاريخ

- فرانسيس ، روجرز — قصة الكتابة والطباعة من الصخرة المنقوشـة الى الصفحة المطبوعة ـ ترجمة أحمد حسين الصاوى ـ القاهرة ١٩٧٠ م .

فهمى ، عبد السلام — البسـاط السحـرى ـ القاهـرة ـ دار المعارف ١٩٥٣ م « اقرأ ـ ١٣٢ » .

- فهمى ، محمود — الفن الصحفى فى العالم ـ محمود فهمى القاهرة ـ دار المعارف ١٩٦٤ م .

- فوده ، فريد — يوم فى الإذاعة ـ مكتبة نهضة مصر ١٩٦٥ م .

- قاسم ، يوسف محمد — ضوابط الإعـلام فى الشريعـة الإسـلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية ـ يوسف محمد قاسـم ـ الـرياض ـ جامعـة الـرياض ـ عمادة شئون المكتبات ١٩٧٩ م .

- لطفى ، فوزى كامل — التليفـزيون ـ القاهـرة ـ دار الهـلال ١٩٥٦ م « الألف كتاب ـ ٣٧ » .

- منظمة الندوة العالمية للشباب الإسلامي — الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية ، النظرية والتطبيق أبحاث ووقائع اللقاء الثالث لمنظمة الندوة العالمية للشباب الإسلامي الرياض ١٣٩٦ هـ .

- المهيدى ، محمد الصالح — تاريخ الصحافة العربية وتطورها بالبلاد التونسية المطبعة الرسمية تونس ١٩٦٥ م .

- مورى ، جرين — أخبار التليفزيون ـ ترجمة حمدى قندى وأحمد سعيد ـ القاهرة ـ مكتبة النهضة المصرية ١٩٧٢ م .

- الميرى ، وليم — الأخبار ـ مصادرها ونشرها ـ وليم الميرى ـ القاهرة ـ مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٨ م .

- نجيب ، عمارة — الإعلام فى ضوء الإسلام ـ عمارة نجيب ـ ط ١ ـ الرياض ـ مكتبة المعارف ١٩٨٠ م .

- ندوة الدراسات الإعلامية فى العالم العربى — جامعة الرياض .

- نصر ، محمد إبراهيم — الإعلام وأثره فى نشر القيم الإسلامية وحمايتها ـ محمد ابراهيم نصر ـ ط الرياض ـ دار اللواء ١٩٧٨ م .

- هاشم ، عقيل — تخطيط الإعلام العربى ـ بيروت ـ مركز الأبحاث الفلسطينية ١٩٦٩ م .

- ماتيلو ، بيار — الإعلامياء/ بيار ماتيلو - ترجمة نسيم نصر - بيروت - منشورات عويدات ١٩٧٤ م .

- ماكلوهان ، مارشال — كيف نفهم وسائل الاتصال - مارشال ماكلوهان - ترجمة خليل صابات وآخرين .

- محمد ، محمد إسماعيل — الكلمة المذاعة - القاهرة - الدار القومية للطباعة والنشر ١٩٦٤ م .

- محمد ، محمد سيد — الأعلام والتنمية - القاهرة - دار المعارف ١٩٧٩ م .

- محمود ، حافظ — الإعلام العربي والإعلام الصهيوني القاهرة - معهد البحوث والدراسات العربية ١٩٧٣

- مرزوق ، يوسف — المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي - القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٥

- مركز التربية الأساسية فى العالم العربى — سرس الليان منوفية - فن الإذاعة - القاهرة - دار المعارف ١٩٥٨م

- مروه ، أديب — - الصحافة العربية نشأتها وتطورها أديب مروة - بيروت - دار مكتبة الحياة ١٩٦١م

- المصراتى - على مصطفى — صحافة ليبيا فى نصف قرن - بيروت ٦٠ م .

- منيز ، نوربيرث — السيبرنتيكا - القاهرة - مكتبة النهضة ١٩٧٢ م

- هداوى ، سامى — الإعلام العربى والقضية الفلسطينية ـ بـيروت ـ مركز الأبحاث الفلسطينية .

- هنرى ر ، كاسيرر — التعليم عن طريق التليفزيون ـ ترجمة سلامة حماد ـ القاهرة ـ مؤسسـة سجـل العـرب ـ ١٩٦٤ م « الألف كتاب ـ ٥٣٤ » .

- هيئة الإعلام ، القاهرة — إذاعة الجمهورية العربية المتحدة فى عامها الثامن عشر بعد الثورة ، القاهرة ١٩٧٠ م .

- هيئة الإذاعة ، القاهرة — الإذاعة فى عشر سنـوات ـ ٢٣ يوليو ١٩٦٢ م ـ القاهرة ـ مطبعة الاستقلال الكبرى ـ ١٩٦٢ م

- وليور ، شرام — أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية ـ دور الإعلام فى البلدان النامية ـ ترجمة محمد فتحى ـ القاهـرة ـ الهيئة المصرية للكتاب ـ ١٩٧٠ م .

- ولترك ، كينجسون ، روم كارجل ، رالف ليفى — الإذاعة بالراديو والتليفزيون ـ ترجمـة نبيل بدر ـ القاهـرة ـ الـدار المصرية للتـأليف والترجمـة ـ ١٩٦٥ م .

يمانى ، محمد عبده — حديث فى الإعلام ـ محمد عبده يمانى الطائف ـ دار ثقيف ١٣٩٧ هـ .

المراجع الأجنبية

LIST OF REFERENCES

ABELSON, HERBERT.

PERSUASION: HOW OPINION AND ATTITUDES ARE CHANGED. NEW YORK, SPRINGER, 1962.

- AGEE, WARREN K. ED.

MASS MEDIA IN A FREE SOCIETY, LAWRENCE, UNIVERSITY OF KANSAS PRESS, 1969.

- ANGELL, NORMAN.

THE PUBLIC MIND: ITS DISORDERS AND ITS EXPLOITATION. DOUGLAS, 1962.

- ARION, EDMUND C.

MODERN NEWSPAPER DESIGN. HARPER & ROW, 1969.

- ARION, MICHAEL J.

LIVING-ROOM WAR: WRITINGS ABOUT TELV. NEW YORK, VIKING, 1969.

- ARONS, LEON AND MAY, MARK A.

TELEVISION AND HUMAN BEHAVIOUR: TOMORROW'S RESEARCH IN MASS COMMUNICATION, APPLETON CENTURY, 1963.

- BARNAYS, EDWARD L.

CRYSTALLIZING PUBLIC OPINION. NEW YORK, BONI & LIVERIGHT, 1923.

- BARNAYS, EDWARD L. ED.

THE ENGINEERING OF CONSENT, NORMAN, OKLAHOMA, UNIVERSITY OF OKLAHOMA PRESS, 1969.

- BARNOW, ERIK.
  MASS COMMUNICATION: TELEVISION, RADIO, FILM & PRESS. HR & W., 1971.

- BARRERA, MARIO.
  INFORMATION AND IDEOLOGY: A CASE STUDY OF ARTURO FRONDIZI. BEVERLY HILLS CALIF., SAGE PUBLICATIONS, 1973.

- BATCHELOR, F.J.
  COMMUNICATION: FROM CAVE WRITING TO TELEVISION. HARBRACE J., 1971.

- BEISHON, JOHN.
  SYSTEMS BEHAVIOUR. HARPER & ROW, 1972.

- BENTLEY, TREVOR J.
  INFORMATION COMMUNICATION, AND THE PAPERWORK EXPLOISON. LONDON - NEW YORK, MCGRAW HILL, 1976.

- BERELSON, BERNARD & LAZARSFELD PAUL.
  THE ANALYSIS OF COMMUNICATION CONTENT. UNIV. OF CHICAGO, 1948.

- BERELSON BERNARD & GARY A. STEINER.
  HUMAN BEHAVIOUR. HARBRACE J., 1971.

- BETTINHAUS, E.P.
  PERSUASIVE COMMUNICATION. NEW YORK, HOLT, RINEHARD & WINSTON, 1967.

- BIDDLECOMBE.
  INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS - ENCYCLOPEDIA. G. HELM.

- BITTNER, JOHN R. 1943.
  MASS COMMUNICATION, AN INTRODUCTION. ENGLEWOOD CLIFFS, N.J., PRENTICE HALL, 1980.

- BLUMLER, JAYG & MCQUAIL, DENIS.
  TELEVISION IN POLITICS. UNIV. OF CHICAGO PRESS, 1969.

- BOAS, G.
  VOX POPULI: ESSAYS IN THE HISTORY OF AN IDEA. (SEMINARS IN THE HISTORY OF IDEAS), JOHNS HOPKINS PRESS, 1970.

- BOGART, LEO.
  THE AGE OF TELEVISION, FREDERICK UNGAR, 1958.

- BOULDING, KENNETH.
  THE IMAGE. ANN ARBOR, MICHIGAN, UNIV. OF MICHIGAN PRESS, 1956.

- BOYER, PAUL S.
  PURITY IN PRINT: BOOK CENSORSHIP IN AMERICA SCRIBNERS, 1968.

- BREMBECK, WINSTON L. & WILLIAM S. HOWELL.
  PERSUASION, 1971.

- BRETZ, RUDY.

TECHNIQUES OF TELEVISION PRODUCTION. MCGRAW,1971.

- BRITTAIN, J.M.

INFORMATION AND ITS USERS: A REVIEW WITH SPECIAL REFERENCE TO THE SOCIAL SCIENCES. CLAVERTON DOWN, BATH UNIVERSITY PRESS, 1970.

- BROWN, CHARLES T.

MONOLOGUE TO DIALOGUE: AN EXPLORATION OF INTERPERSONAL COMMUNICATION. ENGLEWOOD CLIFFS, NEW JERSEY, PRENTICE HALL, 1979.

- BROWN, J.A.

TECHNIQUES OF PERSUASION - FROM PROPAGANDA TO BRAINWASHING. PETER SMITH, 1971.

- BRYSON, LYMAN, ED.

THE COMMUNICATION OF IDEAS. HARPER. 1948.

- CAPPON, DANIEL.

TECHNOLOGY & PERCEPTION, C.C. THOMAS, 1971.

- CARPENTER, EDMUND S. & OTHERS.

EXPLORATIONS IN COMMUNICATION. BEASON PRESS, 1960.

- CARR, EDWARD HALLETT.

PROPAGANDA IN INTERNATIONAL POLITICS. NEW YORK, FARRAR & RINEHARD, 1939.

- CASSATA, MARY B.

MASS COMMUNICATION: PRINCIPLES AND PRACTICES. NEW YORK, MCMILLAN, 1979.

- CERHA, JARKS.

  SELECTIVE MASS COMMUNICATION, STOCKHOLM, SWEDEN, NORSTEDT & SONER, 1971.

- CHOUKAS M.

  PROPAGANDA COMES OF AGE. PUBLIC AFFAIRS PRESS, 1971.

- CLARK DAVID G. & EARL R. HUTCHINSON.

  MASS MEDIA & THE LAW: FREEDOM & RESTRAINT. WILEY, 1971.

- CODDING, GEORGE A. JR.

  BROADCASTING WITHOUT BARRIERS. UNESCO, 1959.

- COHEN, BERNARD C.

  THE PRESS AND FOREIGN POLICY. PRINCETON, NEW JERSEY, PRINCETON UNIV. PRESS, 1963.

- COHEN, JOHN.

  INFORMATION AND CHOICE. EDINBURGH, OLIVER & BOYD, 1970.

- CRABLE, RICHARD E.

  USING COMMUNICATION. BOSTON, ALLYN AND BACON, 1979.

- CRONKHITE, GRAY.

  PERSUASION: SPEECH AND BEHAVIOURAL CHANGE. NEW YORK, BOBBSMERRILL, 1969.

- DE FLEUR, MELVIN L. & LARSEN, OTTO M.

  THE FLOW OF INFORMATION. HARPER, 1958.

- De Grazia, Alfred, et al.

Target Analysis and Media in Propaganda to Audiences Abroad. Baltimore, Maryland. The John Hopkins Press, 1953.

- De Sola Pool, Ithiel.

Communication and Values in Relations to War and Peace. Institute for International Order, N.D.

- Deutsch, Karl W.

The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. New York, Free Press & Glencoe, 1963.

- Dickman, John R.

Get your Message Across: How to Improve Communication. Englewood Cliffs. N.J., Prentice Hall, 1979.

- Doob, Leonard W.

Propaganda: Its Psychology and Techniques. New York, Henry Holt and Co., 1935.

- Duncan, Hugh D.

Communication and the Social Order. Bedminster Press, 1962.

- Dunn, Frederick S.

War & the Minds of Men. Shoe String.

- Egyptian Society of International Law.

Egypt and the United Nations, New York, Manhattan Publishing Co., 1957.

- Ellul, Jacques.

Propaganda? The Formation of Men's Attitudes. Knopf, 1971.

- Emery, Frederick E. & Oeser, O.A.

Information, Decision and Action: A Study of the Psychological Determinants of Changes in Farming Techniques. Melbourne Univ. Press, 1958.

- Emery, Walter B.

National and International Systems of Broadcasting Their History. Operation and Control. Michigan State Univ. Press, 1969.

- Escarpit, Robert.

The Book Revolution, Paris, G. Harper & Unesco, 1966.

- Fabry, Jean.

Introduction la psychopedagogie de I'expression. Bruxelles, Royale 342, Labor, 1977.

- Fagen, R.R.

Politics & Communication: An Analysis. Little.

- Feltscger, Wolfgang.

Graphishche und tabellarische Wissenespeicher. Berlin Zentralinstitut für Information und Dokumentation, 1967.

- Festinger, Leon A.

A Theory of Cognitive Dissonance. Row Peterson, 1957.

- FESTINGER, LEON & OTHERS.

WHEN PROPHECY FAILS. UNIV. OF MINNEAPOLIS, 1956.

- FISCHER, HEINZ-DIETRICH & MERRILL, JOHN C. EDS.

INTERNATIONAL COMMUNICATION. NEW YORK, HASTINGS HOUSE, 1970.

- FISKE, MARJORIE.

BOOK SELECTION AND CENSORSHIP: A STUDY OF SCHOOL AND PUBLIC LIBRARIES IN CALIFORNIA. UNIV. OF CALIFORNIA, 1959.

- FORBES, JEAN.

COMMUNICATIONS AND NETWORKS. LONDON, HEINEMANN EDUCATIONAL BOOKS, 1978.

- FRANCOIS, WILLIAM.

INTRODUCTION TO MASS COMMUNICATIONS AND MASS MEDIA. COLUMBUS, OHIO: GRID, INC., 1977.

- FROST, J.M. ED.

HOW TO LISTEN TO THE WORLD. PONTLLANFRAITH WALES. PENDRAGON PRESS, 1971.

- GARVEY, WILLIAM D.

COMMUNICATION, THE ESSENCE OF SCIENCE: FACILITATING INFORMATION EXCHANGE AMONG LIBRARIANS, SCIENTISTS, ENGINEERS AND STUDENTS. OXFORD: NEW YORK, PERGAMON PRESS, 1979.

- GEORGE, ALEXANDER.

PROPAGANDA ANALYSIS: A STUDY OF INFERENCES MADE FROM NAZI PROPAGANDA IN WORLD WAR II. EVANSTON, ILLINOIS. ROW, PETERSON, 1959

- GLICK, IRA O. & LEVY, SIDNEY J.
  LIVING WITH TELEVISION. ALDINE PUB. CO., 1962.

- GOODFRIEND, ARTHUR.
  THE TWISTED IMAGE. NEW YORK, ST. MARTIN'S PRESS, 1963.

- GORDON, GEORGE.
  PERSUASION: THEORY & PRACTICE OF MANIPULATIVE COMMUNICATION. HASTINGS, 1971.

- GULLHAUME, PHILIPPE.
  LESS PROCEDES DE I'HOMME. PARIS STOCK, 1977.

- GUTTGEMANNS, ERHARDT.
  EINFUHRUNG IN DIE LINGUISTLK FUR TEXT - WISSENSCHAFTLER. BONN, LINGUISTICS BIBLICA, 1978.

- HAMMER, DONALD P.
  THE INFORMATION AGE, ITS DEVELOPMENT, ITS IMPACT. METUCHEN, N.J. SCARECROW PRESS, 1976.

- HARIGHURST, CLARK C. ET AL.
  INTERNATIONAL CONTROL OF PROPAGANDA. DOBBS FERRY, N.Y. OCEANIA PUB., 1967.

- HATEM, M. ABDEL KADER.
  INFORMATION AND THE ARAB CAUSE. LONDON, LONGMAN, 1974.

- HIEBERT, RAY ELDON.
  MASS MEDIA: AN INTRODUCTION TO MODERN COMMUNICATION. NEW YORK, LONGMAN, 1979.

- HOPPER, ROBERT.

COMMUNICATION CONCEPTS AND SKILLS. NEW YORK, HOPPER & ROW, 1979.

- HOSKING, WILLIAM ERNEST.

FREEDOM OF THE PRESS. UNIV. OF CHICAGO, 1947.

- HOVLAND, CARL I. & OTHERS.

COMMUNICATION AND PERSUASION: PSYCHOLOGICAL STUDIES OF OPINION CHANGE. YALE UNIV. PRESS, 1961.

- HUDSON, KENNETH.

THE LANGUAGE OF MODERN POLITICS. LONDON, MACMILLAN, 1978.

- HUNGER, KARL-HEINZ.

DER ASKULAPATAB:ZUR FUNKTION PRESENTATIVER SYMBOLE IN D. KOMMUNIKATION. AULL BERLIN, SPICES 1978.

- INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE.

THE FLOW OF NEWS: A STUDY BY THE INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE. ZURICH I.P.I., 1953.

- INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE.

LA PRESSE DANS LES ETATS AUTHORITAIRES, ZURICH, I.P.I. 1959.

- INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON COMMUNICATIONS THEORY AND RESEARCH.

COMMUNICATION, THEORY & RESEARCH, C.C. THOMAS, 1971.

- JOHNSON, RAY I.

COMMUNICATIONS: HANDING IDEAS EFFECTIVELY. MCGRAW, 1971.

- KATO, HIDETOSHI, ED. & OTHERS.

JAPANESE POPULAR CULTURE STUDIES IN MASS COMMUNICATIONS AND CULTURAL CHANGE. RUTLAND UNIV., CHARLES E. TUTTLE CO., 1959.

- KERR, MALCOLM.

THE ARAB COLD WAR 1958-1964: STUDY OF IDEOLOGY IN POLITICS. LONDON, OXFORD UNIV. PRESS, AMEN HOUSE, 1965.

- KING, ROBERT G.

FUNDAMENTALS OF HUMAN COMMUNICATIONS. NEW YORK, MACMILLAN, 1979.

- KINGSBURG, SUSAN & OTHERS.

NEWSPAPERS AND THE NEWS. AN OBJECTIVE MEASUREMENT OF ETHICAL AND UNETHICAL BEHAVIOUR BY REPRESENTATIVE NEWSPAPERS. PITMAN'S SONS.

- KREIGHBATM, H.

SCIENCE & THE MASS MEDIA. NYU PR.

- LAMBERT, JACQUES.

L'INFORMATION ASCENDANTE DANS LES ENTERPRISE. ENTERPRISE MODERNE D'EDITION, 1979.

- LASKIN, PAUL L.

COMMUNICATING BY SATELLITE, NEW YORK, 20TH CENTURY TREND, 1969.

- LAWRENCE, FOGEL J.

HUMAN INFORMATION PROCESSING. PRENTICE-HALL, 1967.

- LAZARSFELD, PAUL, F.

THE ACADEMIC MIND: SOCIAL SCIENTISTS IN A TIME OF CRISIS. FREE PRESS OF GLENCOE, 1958.

- LEE, JOHN, ED.

THE DIPLOMATIC PERSUADERS: NEW ROLE OF THE MASS MEDIA IN INTERNATIONAL RELATIONS. NEW YORK, JOHN WILEY AND SONS, 1968.

- LEIBERT, ROBERT M.

THE EARLY WINDOW: EFFECTS OF TELEVISION ON CHILDREN AND YOUTHS. NEW YORK, PERGAMON PRESS, 1973.

- LENT, JOHN A.

ASIAN MASS COMMUNICATIONS. PHILADELPHIA, TEMPLE UNIV., 1974.

- LERBINGER & OTTE & ALBERT J. SULLICAN.

INFORMATION, INFLUENCE & COMMUNICATION: BASIC A READER IN PUBLIC RELATIONS.

- LERNER, A YA.

FUNDAMENTALS OF CYBERNETICS. LONDON, SCIENTIFIC INFORMATION CONSULTANTS, 1972.

- LERNER, DANIEL & SCHRAMM W. ED.

COMMUNICATION AND CHANGE IN DEVELOPING COUNTRIES. HONOLULU, HAWAII EAST, WEST CENTER PRESS, 1967.

- LEVIN, HARVEY I.

BROADCAST REGULATION AND JOINT OWNERSHIP OF MEDIA. NEW YORK UNIV. PRESS, 1960.

- MANFRED, KOCHEN.

INFORMATION FOR ACTION, FROM KNOWLEDGE TO WISDOM. NEW YORK ACADEMIC PRESS 1975.

- MANNHEIM, KARL.

ESSAYS ON THE SOCIOLOGY OF KNOWLEDGE ED. BY PAUL KEESKEMETI. LONDON, ROUTLEDGE AND KEGAN PAUL, 1952.

- MARTIN, L. JOHN.

INTERNATIONAL PROPAGANDA: ITS LEGAL AND DIPLOMATIC CONTROL. MINNEAPOLIS, MINNESOTA, UNIV. OF MINNESOTA PRESS, 1968.

- MCAULEY, JACK G.

PEOPLE TO PEOPLE: ESSENTIAL OF PERSONAL AND PUBLIC COMMUNICATION. BELMONT, CALIF., WADSWORTH PUB. CO., 1979.

- MCCLELLAND, CHARLES.

THEORY AND THE INTERNATIONAL SYSTEM. NEW YORK, MACMILLAN CO., 1966.

- MCCOMBE, MAXWELL E.

USING MASS COMMUNICATION THEORY. ENGLEWOOD CLIFFS, N.J. PRENTICE HALL, 1979.

- MCLUHAN, MARSHALL.

UNDERSTANDING MEDIA: THE EXTENSION OF MAN. NEW YORK, MCGRAW-HILL, 1964.

- MINOR, DALE.

INFORMATION WAR: THE PRESS & THE POLITICS OF SELF DECEPTION, 1971.

- MORGENTHAU, HANS J.

TRUTH AND POWER. ESSAYS OF A DECADE, 1960-1970. PRAEGER, 1970.

- MURPHY, ROBERT D.

MASS COMMUNICATION AND HUMAN INTERACTION. BOSTON, HOUGHTON, MIFFLIN, 1977.

- NAFZIEGER, RALPH O. & WHITE, DAVID M.

INTRODUCTION TO MASS COMMUNICATIONS RESEARCH. LOUISIANA STATE UNIVERSITY, 1963.

- NATIONAL COMMUNICATIONS SYMPOSIUM.

COMMUNICATIONS: BRIDGE OR BARRIER, WESTERN PER. 1971.

- PARTRIDGE, P.R.

CONSENT AND CONSENSUS. MACMILLAN.

- PETERSON, THEODORE, ET AL.

THE MASS MEDIA AND MODERN SOCIETY. HOLT. RINEHART AND WINSTON, 1965.

- PICKETT, NEIL ANN.

PRACTICAL COMMUNICATION. NEW YORK, HARPER'S COLLEGE PRESS, 1975.

- Pinsker, M.S.

  Information and information Stability of Random Variables and Processes. San Francisco, Holden Day, 1964.

- Price, Warren Co. (Comp.)

  The Literature of Journalism: An Annotated Bibliography. University of Minnesota, 1959.

- Priscilla, Gotsick.

  Information of Everyday Survival, What you need and where to get it. Chicago, American Library Association, 1976.

- Pye, Lucien W., ed.

  Communication and Political Development. Princeton, New Jersey, Princeton Univ. Press, 1963.

- Qualter, Terence H.

  Propaganda and Psychological Warfare. New York. Random House, 1962.

- Rao, Y.

  Communication and Development: A Study of two Indian Villages. Minneapolis, Univ. of Minnesota Press, 1966.

- Robinson, Edward J.

  Public Relations and Survey Research. New York, Appleton Century Crofts, 1967.

- Rosenau, James N.

  Public Opinion and Foreign Policy. New York, Random House, 1961.

- ROSENBERG, BERNARD & WHITE, DAVID MANNING.

  MASS CULTURE: THE POPULAR ARTS IN AMERICA. THE FREE PRESS OF GLENCOE. LATEST ED.

- ROSIE, AENEAS MURDOCH.

  INFORMATION AND COMMUNICATION THEORY. LONDON, NEW YORK, VAN NOSTRAND REINHOLD, 1973.

- ROSMAY, JOEL D.

  LE MACROSCOPE: VERS UNE VISION GLOBALE. PARIS, EDITIONS DU SEUIL, 1977.

- ROSNOV, R.L. & ROBINSON E.J. EDS.

  EXPERIMENTS IN PERSUASION. NEW YORK, ACADEMIC PRESS.

- RUBIN, B.

  POLITICAL TELEVISION. WADSWORTH PUB., 1971.

- SCANNELL, E.E.

  COMMUNICATIONS FOR LEADERSHIP, MCGRAW, 1971.

- SCHRAMM, WILBUR.

  MASS COMMUNICATIONS 2ND ED. UNIV. OF ILLINOIS, 1960.

- SCHRAMM, WILBUR.

  MASS MEDIA AND NATIONAL DEVELOPMENT: THE ROLE OF INFORMATION IN THE DEVELOPING COUNTRIES. STANFORD UNIV. 1964.

- SCHRAMM, WILBUR & OTHERS.
  THE PEOPLE LOOK AT EDUCATIONAL TELEVISION. STANDORD UNIVERSITY, 1963.

- SCHRAMM, WILBUR, ED.
  THE PROCESS AND EFFECTS OF MASS COMMUNICATION. UNIV. OF ILLINOIS, 1965.

- SCHRAMM, WILBUR & OTHERS.
  TELEVISION IN THE LIVES OF OUR CHILDREN. STANFORD UNIVERSITY, 1960.

- SELVAGGI, CATERINA.
  LA CRISI DEL CONCETTO DI MASSA: INTRODUZIONE AD UNO STADIO INTERDISCIPLINARE DELL'EVENTO VEI MEZZI AUDIOVISIVI. ROMA, BULZONI, 1978.

- SHANNON, CLAUDE E & WEAVER, WARREN.
  A MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION. UNIV. OF ILLINOIS PRESS, 1949.

- SHARABI, HISHAM.
  PALESTINE AND ISRAEL: THE LETHAL DILEMMA. NEW YORK, PEGASUS, 1969.

- SHERIF, C.W.: SHERIF, M; & NEBERGALL, R.E.
  ATTITUDE AND ATTITUDE CHANGE. PHILADELPHIA: W.B. SAUNDERS CO., 1965.

- SIEBERT, FRED S. & OTHERS.
  FOUR THEORIES OF THE PRESS, URBANE, 1956.

- SIEPMANN, CHARLES A.

  RADIO, TELEVISION AND SOCIETY. OXFORD UNIV. 1950.

- SMITH BRUCE, L. & SMITH C.

  INTERNATIONAL COMMUNICATION AND POLITICAL OPINION: A GUIDE TO THE LITERATURE. PRINCTON UNIV., 1956.

- SMITH, BRUCE L; LASSWELL, HAROLD D.; & CASEY, RALPH D.

  PROPAGANDA, COMMUNICATION AND PUBLIC OPINION: A COMPREHENSIVE REFERENCE GUIDE. PRINCETON, NEW JERSEY, PRINCETON UNIV. PRESS, 1946.

- STEINBERG, C.S.

  MASS MEDIA AND COMMUNICATION.

- STEINER, GARY A.

  THE PEOPLE LOOK AT TELEVISION: A STUDY OF AUDIENCE ATTITUDES, KNOPF, 1963.

- STRAIN, BARBERA.

  COMMUNICATION SKILLS. ADDISON, WESLEY PUB. CO., 1979.

- TELEVISION RESEARCH COMMITTEE WORKING PAPER, NO.1.

  THE EFFECTS OF MASS COMMUNICATION WITH SPECIAL REFERENCE TO TELEVISION: A SURVEY. LEICESTER UNIV. 1964.

- THAYER, LEE.
  COMMUNICATION, THEORY & RESEARCH. THOMAS.

- THAYER, L.
  COMMUNICATION: CONCEPTS & PERSPECTIVES. INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON COMMUNICATION THEORY AND RESEARCH, 2ND, EXCELSION SPRINGS, MISSOURI, SPARTAN, 1966.

- TODD, JUDITH.
  THE BILL SELL: STRUCTURE AND STRATEGY OF THE MASS MEDIA: RADIO AND TELEVISION, PRESS, CINEMA, ADVERTISING. LAWRENCE & WISHART, 1961.

- UNESCO.
  COMMUNICATION IN THE SPACE AGE: THE USE OF SATELLITES BY THE MASS MEDIA, UNESCO, 1968.

- UNESCO.
  L'INFORMATION A TRAVERS LE MONDE: PRESS, RADIO, TELEVISION, FILM (IN ENGLISH AND FRENCH). 4TH ED. REV. 1966.

- UNESCO.
  UNESCO, DIVISION OF FREE FLOW OF INFORMATION PROFESSIONAL ASSOCIATIONS IN THE MASS MEDIA, UNESCO, 1959.

- UNESCO.
  REPORTS ON MASS COMMUNICATIONS:
  21: CURRENT MASS COMMUNICATION RESEARCH (DEC. 1956)
  43: THE EFFECT OF TELEVISION ON CHILDREN AND ADOLESCENTS (1964)

- 45: Professional training for Mass Communications (1965)

  53: Communication Satellites for education Science and Culture (1968).

  23: Cultural Radio Broadcasts: Some Experiments, (Dec. 1956)

  33: Mass Media in the Developing Countries (1962).

  38: Social education through television (1963).

  42: Screen Education (1969).

  46: Rural Mimeo Newspapers (1966).

  47: Books for the developing countries (1965).

  48: Radio broadcasting serves rural development (1965).

  49: Radio and Television in the service of education and development in Asia (1967).

- Unesco.

  World Communications, Paris, 1964, and later editions.

- Unesco.

  World Press: Newspapers and News Agencies, 1964.

- Unesco.

  World Radio and Television, 1965.

- Vandi, Abdulai.

  A Model of Mass Communication and National Development: A Librarian Perspective. Washington, University Press of America, 1979.

- WAPLES, DOUGLAS, ED.

PRINT, RADIO, AND FILM IN A DEMOCRACY. UNIV. OF CHICAGO, 1942.

- WEINER, NORBERT.

CYBERNETICS, OR CONTROL AND COMMUNICATION IN THE ANIMAL AND MACHINE. WILEY, 1940.

- WELLS, ALAN.

MASS COMMUNICATION: A WORLD VIEW IST ED. PALO ALTO, CALIF., NATIONAL PRESS BOOKS.

- WELLS, GORDON.

HOW TO COMMUNICATE. LONDON, NEW YORK, MCGRAW-HILL BOOK CO., 1978.

- WESTIN, ALAN F. WETTER, G.

INFORMATION TECHNOLOGY IN A DEMOCRACY. HARVARD UNIV. PRESS, 1971.

- WHITAKER, URBANA GEORGE, ED.

PROPAGANDA AND INTERNATIONAL RELATIONS. SAN FRANCISCO: H. CHANDLER, 1960.

- WHITE, RALPH K.

VALUE ANALYSIS: THE NATURE AND USE OF THE METHOD. SOCIETY FOR THE PSYCHOLOGICAL STUDY OF SOCIAL ISSUES, 1951.

- WHITE, WINSTON.

BEYOND CONFORMITY. THE FREE PRESS OF GLENCOE, 1961.

- WILKINSON, ALAN.

INFORMATION FOR MANAGERS: A PRACTICAL APPROACH. LONDON, PITMAN, 1971.

- WILLIAMS, PATRICK.

THE VITAL NETWORK: A THEORY OF COMMUNICATION AND SOCIETY. PEARCE - WESTPORT, CONN. GREENWOOD PRESS, 1978.

- WILLIAMS, RAYMOND.

BRITAIN IN THE SIXTIES: COMMUNICATION. PENGUIN, 1962.

- WINDLESHAM.

COMMUNICATION & POLITICAL POWER. VERRY, 1971.

- WHITTON, JOHN B. & LARSON, ARTHUR.

PROPAGANDA AND THE COLD WAR. PRINCETON UNIV. SYMPOSIUM, WASHINGTON, PUBLIC AFFAIRS PRESS, 1963.

- WIENER, N.

THE HUMAN USE OF HUMAN BEINGS. BOSTON, HOUGHTON MIFFLIN, 1960.

- WRIGHT, QUINCY.

THE STUDY OF INTERNATIONAL RELATIONS. NEW YORK, APPLETON-CENTURY CROFTS, 1953.

- ZIMMER, ANNE.

VISUAL LITERACY IN COMMUNICATION, DESIGNING FOR DEVELOPMENT. AMERSHAM, HULTON FOR THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR ADULT LITERACY METHODS, 1978.

إصدارات إدارة النشر بتهامة

سلسلة: الكتاب العربي السعودي

صدر منها:

الكتاب		المؤلف
• الجبل الذي صار سهلاً		الأستاذ أحمد قنديل
• من ذكريات مسافر		الأستاذ محمد عمر توفيق
• عهد الصبا في البادية		الأستاذ عزيز ضياء
• التنمية قضية		الدكتور محمود محمد سفر
• قراءة جديدة لسياسة محمد علي باشا		الدكتور سليمان محمد الغنام
• الظمأ	(مجموعة قصصية)	الأستاذ عبد الله جفري
• الدوامة	(قصة طويلة)	الدكتور عصام خوقير
• غداً أنسى	(قصة طويلة)	الدكتورة أمل محمد شطا
• موضوعات اقتصادية معاصرة		الدكتور علي طلال الجهني
• أزمة الطاقة إلى أين؟		الدكتور عبد العزيز حسين الصويغ
• نحو تربية إسلامية		الأستاذ أحمد محمد جمال
• إلى ابنتي شيرين		الأستاذ حمزة شحاتة
• رفات عقل		الأستاذ حمزة شحاتة
• شرح قصيدة البردة	(دراسة وتحقيق)	الدكتور محمود حسن زيني
• عواطف إنسانية	(شعر)	الدكتورة مريم البغدادي
• تاريخ عمارة المسجد الحرام		الشيخ حسين باسلامة
• وقفة		الدكتور عبد الله حسين باسلامة
• خالتي كدرجان	(مجموعة قصصية)	الأستاذ أحمد السباعي
• أفكار بلا زمن		الأستاذ عبد الله الحصين
• علم إدارة الأفراد		الأستاذ عبد الوهاب عبد الواسع
• الإبحار في ليل الشجن	(شعر)	الأستاذ محمد الفهد العيسى
• طه حسين والشيخان		الأستاذ محمد عمر توفيق
• التنمية وجهاً لوجه		الدكتور غازي عبد الرحمن القصيبي
• الحضارة تحدٍّ		الدكتور محمود محمد سفر
• عبر الذكريات	(شعر)	الأستاذ طاهر زمخشري
• لحظة ضعف		الأستاذ فؤاد صادق مفتي

● الرجولة عماد الخلق الفاضل		الأستاذ حمزة شحاتة
● ثمرات قلم		الأستاذ محمد حسين زيدان
● بائع التبغ	(مجموعة قصصية مترجمة)	الأستاذ حمزة بوقري
● أعلام الحجاز في القرن الرابع عشر للهجرة		الأستاذ محمد علي مغربي
● النجم الفريد	(ترجمة)	الأستاذ عزيز ضياء
● مكانك تحمدي		الأستاذ أحمد محمد جمال
● قال وقلت		الأستاذ أحمد السباعي
● نبض ...		الأستاذ عبد الله جفري
● نبت الأرض		الدكتورة فاتنة أمين شاكر
● السعد وعد	(مسرحية)	الدكتور عصام خوقير
● قصص من سومرست موم	(ترجمة)	الأستاذ عزيز ضياء
● عن هذا وذاك		الدكتور غازي عبد الرحمن القصيبي
● الأصداف	(شعر)	الأستاذ أحمد قنديل
● الأمثال الشعبية في مدن الحجاز		الأستاذ أحمد السباعي
● أفكار تربوية		الدكتور إبراهيم عباس نتو
● فلسفة المجانين		الأستاذ سعد البواردي
● خدعتني بحبها	(مجموعة قصصية)	الأستاذ عبد الله بوقس
● نقر العصافير	(شعر)	الأستاذ أحمد قنديل
● التاريخ العربي وبدايته		الأستاذ أمين مدني
● المجاز بين اليمامة والحجاز		الأستاذ عبد الله بن خميس
● تاريخ الكعبة المعظمة وعمارتها		الشيخ حسين عبد الله باسلامة
● خواطر جريئة		الشيخ حسن عبد الله آل الشيخ
● السنيورة	(قصة طويلة)	الدكتور عصام خوقير
● رسائل إلى ابن بطوطة	(شعر)	الأستاذ عبد الله عبد الوهاب العباسي
● جسور إلى القمة		الأستاذ عزيز ضياء
● تأملات في دروب الحق والباطل		الشيخ عبد الله عبد الغني خياط
● الحمى	(شعر)	الدكتور غازي عبد الرحمن القصيبي
● قضايا .. ومشكلات لغوية		الأستاذ أحمد عبد الغفور عطار
● ملامح الحياة الاجتماعية في الحجاز		الأستاذ محمد علي مغربي
● الشوق إليك	(مسرحية شعرية)	الأستاذ حسين سراج
● كلمة ونصف		الأستاذ محمد حسين زيدان
● زيد الخير		الأستاذ عبد العزيز الرفاعي
● قضايا سياسية معاصرة		الدكتور فؤاد عبد السلام الفارسي

- أصداء قلم — الأستاذ محمود عارف
- الاعلام موقف — الدكتور محمود محمد سفر

تحت الطبع :

- عام ١٩٨٤ لجورج أورويل (ترجمة) — الأستاذ عزيز ضياء
- مشواري مع الكلمة — الأستاذ حسن عبد الحي قزاز
- وجيز النقد عند العرب — الأستاذ عبد الله عبد الوهاب العباسي
- لن تلحد — الأستاذ أبو عبد الرحمن ابن عقيل الظاهري
- الإسلام في نظر اعلام الغرب — الشيخ حسين عبد الله باسلامة
- قصص من طاغور (ترجمة) — الأستاذ عزيز ضياء
- أيـامي.. — الأستاذ أحمد السباعي
- ماما زبيدة (مجموعة قصصية) — الأستاذ عزيز ضياء
- مدارسنا والتربية — الأستاذ عبد الوهاب أحمد عبد الواسع
- دوائر في دفتر الزمن (مجموعة قصصية) — الأستاذ سباعي عثمان
- من حديث الكتب — الأستاذ محمد سعيد العامودي
- الموزون والمخزون — الشيخ أبو تراب الظاهري
- ألحان مغترب (شعر) — الأستاذ طاهر زمخشري
- هكذا علمني وردزورث — الأستاذ أبو عبد الرحمن ابن عقيل الظاهري
- وحي الصحراء — الأستاذ عبد الله بلخير، الأستاذ محمد سعيد عبد المقصود
- لجام الأقلام — الشيخ أبو تراب الظاهري
- قراءات في التربية وعلم النفس — الأستاذ فخري حسين عزي
- إليهـــا (شعر) — الأستاذ حسين سراج
- حتى لا نفقد الذاكرة — الأستاذ سعد البواردي
- غرام ولادة (مسرحية شعرية) — الأستاذ حسين سراج
- أحاديث — الدكتور عبد الرحمن بن حسن النفيسة
- نقاد من الغرب — الأستاذ عبد الله عبد الوهاب العباسي
- شيء من حصاد — الأستاذ حامد مطاوع

سلسلة :
الكتاب الجامعي

صدر منهـا :

العنوان		المؤلف
• الإدارة: دراسة تحليلية للوظائف والقرارات الإدارية		الدكتور مدني عبد القادر علاقي
• الجراحة المتقدمة في سرطان الرأس والعنق (باللغة الانجليزية)		الدكتور فؤاد زهران الدكتور عدنان جمجوم الدكتور محمد عيد
• النمو من الطفولة إلى المراهقة		الدكتور محمد جميل منصور الدكتور فاروق سيد عبد السلام
• الحضارة الإسلامية في صقلية وجنوب إيطاليا		الدكتور عبد المنعم رسلان
• النفط العربي وصناعة تكريره		الدكتور أحمد رمضان شقلية
• الملامح الجغرافية لدروب الحجيج		الأستاذ سيد عبد المجيد بكر
• علاقة الآباء بالأبناء	(دراسة فقهية)	الدكتورة سعاد إبراهيم صالح
• مبادىء القانون لرجال الأعمال		الدكتور محمد إبراهيم أبو العينين
• الاتجاهات العددية والنوعية للدوريات السعودية		الأستاذ هاشم عبده هاشم
• مشكلات الطفولة		الدكتور محمد جميل منصور
• شعراء التروبادور	(ترجمة)	الدكتورة مريم البغدادي
• الفكر التربوي في رعاية الموهوبين		الدكتور لطفي بركات أحمد
• النظرية النسبية		الدكتور عبد الرحمن فكري الدكتور محمد عبد الهادي كامل
• أمراض الأذن والأنف والحنجرة	(باللغة الانجليزية)	الدكتور أمين عبد الله سراج الدكتور سراج مصطفى زقزوق

تحت الطبع :

العنوان		المؤلف
• الأدب المقارن	(دراسة في العلاقة بين الأدب العربي والآداب الأوروبية)	الدكتور عبد الوهاب علي الحكمي
• هندسة النظام الكوني في القرآن		الدكتور عبد العليم عبد الرحمن خضر
• المدخل في دراسة الأدب		الدكتورة مريم البغدادي
• الرعاية التربوية للمكفوفين		الدكتور لطفي بركات أحمد



صدر منها :

العنوان		المؤلف
• حارس الفندق القديم		الأستاذ صالح إبراهيم
• دراسة نقدية لفكر زكي مبارك	(باللغة الانجليزية)	الدكتور محمود الشهابي
• التخلف الإملائي		الأستاذة نوال قاضي
• ملخص خطة التنمية الثالثة للمملكة العربية السعودية	(باللغة العربية)	إعداد إدارة النشر
• ملخص خطة التنمية الثالثة للمملكة العربية السعودية	(باللغة الانجليزية)	
• تسـالي		الدكتور حسن يوسف نصيف
• مجلة الأحكام الشرعية		الشيخ أحمد بن عبد الله القاري
	(دراسة وتحقيق)	الدكتور عبد الوهاب أبو سليمان الدكتور محمد إبراهيم أحمد علي
• النفس الإنسانية في القرآن الكريم		الأستاذ إبراهيم سرسيق
• خطوط وكلمات	(رسوم كاريكاتورية)	الأستاذ علي الخرجي
• واقع التعليم في المملكة العربية السعودية	(باللغة الانجليزية)	الدكتور عبد الله محمد الزيد
• صحة العائلة في بلد عربي متطور	(باللغة الانجليزية)	الدكتور زهير أحمد السباعي
• مساء يوم في آذار	(مجموعة قصصية)	الأستاذ محمد منصور الشقحاء
• النبش في جرح قديم	(مجموعة قصصية)	الأستاذ السيد عبد الرؤوف
• الرياضة عند العرب في الجاهلية وصدر الإسلام		الدكتور محمد أمين ساعاتي
• الاستراتيجية النفطية ودول الأوبك		الأستاذ أحمد محمد طاشكندي

تحت الطبع :

العنوان		المؤلف
• الموت والابتسامة	(مجموعة قصصية)	الأستاذ عبد الله أحمد باقازي
• العقل لا يكفي	(مجموعة قصصية)	الأستاذ محمد علي الشيخ
• أيام مبعثرة	(مجموعة قصصية)	الأستاذ فؤاد عنقاوي
• رحلة الربيع		الأستاذ فؤاد شاكر
• مواسم الشمس المقبلة	(مجموعة قصصية)	الأستاذ محمد علي قدس
• الوحدة الموضوعية في سورة يوسف		الدكتور حسن محمد باجودة
• ماذا تعرف عن الأمراض ؟		الدكتور إسماعيل الهلباوي
• الأسر القرشية .. أعيان مكة المحمية		الأستاذ أبو هشام عبد الله عباس بن صديق
• ملامح وأفكار مضيئة		الأستاذ أحمد شريف الرفاعي
• أضواء على نظام الأسرة في الإسلام		الدكتورة سعاد إبراهيم صالح

- وللخوف عيون (مجموعة قصصية) — الأستاذ أحمد شريف الرفاعي
- سوانح وخطرات — الأستاذ أحمد محمد طاشكندي
- الحجاز واليمن في العصر الأيوبي — الدكتور جميل حرب محمود حسين
- جهاز الكلية الصناعية — الدكتور عبد الوهاب عبد الرحمن مظهر
- القرآن.. ودنيا الإنسان — الأستاذ صلاح البكري
- أدباؤنا في سيرهم الذاتية — الأستاذ علي بركات

رسائل جامعية

صدر منها:

- صناعة النقل البحري والتنمية في المملكة العربية السعودية (باللغة الانجليزية) — الدكتور بهاء حسين عزي
- العثمانيون والإمام القاسم بن علي في اليمن — الأستاذة أميرة علي المداح
- الملك عبد العزيز ومؤتمر الكويت — الأستاذة موضي بنت منصور بن عبد العزيز آل سعود
- الخراسانيون ودورهم السياسي — الأستاذة ثريا حافظ عرفة
- تاريخ عمارة الحرم المكي الشريف — الأستاذة فوزية حسين مطر
- القصة في أدب الجاحظ — الأستاذ عبد الله باقازي

تحت الطبع:

- نظام الحسبة في العراق.. حتى عصر المأمون — الأستاذ رشاد عباس معتوق
- افتراءات فليب حتّى، وبروكلمان على التاريخ الإسلامي — الأستاذ عبد الكريم علي باز
- الامكانات النووية للعرب وإسرائيل — الأستاذ صدقة يحي فاضل
- الدولة العثمانية وغربي الجزيرة العربية — الأستاذ نبيل عبد الحي رضوان

كتاب الناشئين

وطني الحبيب

صدر منها:

- جدة القديمة — الأستاذ يعقوب محمد اسحاق

تحت الطبع:

- جدة الحديثة — الأستاذ يعقوب محمد اسحاق
- حكايات للأطفال — الأستاذ عزيز ضياء
- قصص للأطفال — الأستاذة فريدة فارسي

كتاب للأطفال

لكل حيوان قصة — الأستاذ يعقوب محمد اسحاق

صدر منها:

- القرد..
- الضب
- الثعلب
- الكلب
- الغراب
- الأرنب
- السلحفاة
- الجمل
- الذئب
- الأسد
- البغل
- الفأر..
- الحمار الأهلي
- الفراشة
- الخروف
- الفرس
- الدجاج
- البط
- الغزال
- الحمار الوحشي
- الببغاء
- الوعل
- الجاموس
- الحمامة

كتب صدرت باللغة الانجليزية

Books Published in English By Tihama

- Surgery of Advanced Cancer of Head and Neck.
  By F. M. Zahran, A.M.R. Jamjoom, M.D. EED
- Zaki Mubarak: A Critical Study.
  By Dr. Mahmud Al Shihabi
- Summary of Saudi Arabian Third Five year Development Plan
- Education in Saudi Arabia, A Model with Difference
  By Dr. Abdulla Mohamed Al-Zaid.
- The Health of the Family in A Changing Arabia
  By Dr. Zohair A. Sebai
- Diseases of Ear, Nose and Throat
  By Dr. Amin A. Siraj, Dr. Siraj A. Zakzouk
- Shipping and Development in Saudi Arabia
  By Dr. Baha. Bin Hussein Azzee
- Tihama Economic Directory.
- Riyadh Citiguide.
- Banking and Investment in Saudi Arabia.
- A Guide to Hotels in Saudi Arabia.
- Who's Who in Saudi Arabia

هذا الكتاب

هذا الكتاب بما يحمل بين طياته لهو ترجمة لمشاعر جالت بخاطري ، وتعبير عن خواطر غمرتني كمواطن عربي مسلم تجاه الإعلام بشتى صوره وأساليبه ووسائله ومحتوياته سجلتها على فترات زمنية مختلفة ... مشاعر وخواطر ارتبطت بفكري الخاص ومعاناتي الذاتية مع واقع الإعلام العربي خاصة والعالمي على وجه العموم، عشت جزءاً منها خلال فترة الغربة عن الوطن من أجل العلم عندما كنت ، ومازلت كغيري من الشباب العربي المسلم أتفطر ألماً وأعتصر حسرة من تأثير الهجمات الإعلامية الشرسة التي توجهها وسائل الإعلام الغربي إلى الإنسان العربي المسلم وإلى عقيدته وتراثه ، وقد ساعدها على ذلك وشجعها عليه تلك الممارسات الخاطئة والتصرفات العشوائية من بعض أجهزة الإعلام العربي ، والواقع المؤلم الذي تعيشه الأمة العربية سواء ما ينبع من ذاتها أو ما تفرضه عليها الظروف المحلية أو الدولية من مشكلات وصراعات ما فتئ إعلامها يعبر عنها صباح مساء ، فانغمس بعضه في خلافات مذهبية وتشنجات إقليمية ، وتلطخ بوحل التفرقة والنزاع ، فصرفه ذلك كله عن النهوض بمسؤولياته ، ومتابعة قضايا أمته ورصد الهجمات الشرسة على إنسانه ، والدفاع عن عقيدته وقيمه ومبادئه في الوقت الذي ظل إعلام العدو مسخراً لخدمة مبادئه ، والترويج لسياسته في شتى بقاع العالم بكل ما في تلك المبادئ والسياسة من خداع وتسلط واستعلاء وتضليل ..

من مقدمة الكتاب

نبذة كاملة عن المؤلف على غلاف كتابه "الحضارة تتحدى" رقم ٢٤ من سلسلة الكتاب العربي السعودي

شركة المدينة المنورة للطبا